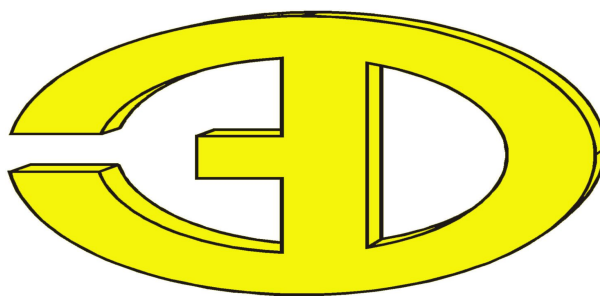


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Вологодская государственная молочнохозяйственная
академия имени Н.В. Верещагина»



Первая ступень в науке

1 часть

*Сборник трудов ВГМХА по результатам работы
III Ежегодной научно-практической студенческой конференции
(с международным участием)*

Экономический факультет

Вологда – Молочное
2014

**ББК: 65.9 (2Рос – в Вол)
П 266**

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент Голубева С.Г.;
к.э.н., доцент Юренева Т.Г.;
к.э.н., доцент Иванова М.И.;
к.э.н., доцент Бовыкина М.Г.;
к.э.н., доцент Шилова И.Н.;
к.ф.н., доцент Симонян Э.Г.;
ст. преп. Барина О.И.

П 266 Первая ступень в науке. Сборник трудов ВГМХА по результатам работы II Ежегодной научно-практической студенческой конференции. Экономический факультет. 1 часть. Вологда – Молочное: 2014. - 317 с.

Сборник составлен по материалам работы научно-практической конференции студентов (с международным участием), которая проходила 13-18 мая 2014 года на экономическом факультете.

В сборнике представлены статьи и материалы, в которых рассматриваются актуальные вопросы, касающиеся развития экономики региона.

Все материалы публикуются в авторской редакции.

**ББК: 65.9 (2Рос – в Вол)
П 266**

Секция 1 «Экономика региона: проблемы и перспективы»

УДК 658.589:637.4(470.12)

О.О. Басалаева, студентка 653 группы

*А. А. Лагун, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Повышение эффективности производства продукции птицеводства на основе модернизации в СХПК «Племптица - Можайское»

Птицеводство - отрасль сельского хозяйства, которая производит высокопитательные диетические продукты с наименьшими по сравнению с другими отраслями животноводства затратами кормов, средств и труда на единицу продукции. Особое значение этой отрасли заключается в том, что она производит полноценные продукты питания (мясо, яйца), необходимые для нормальной жизнедеятельности организма человека, обеспечивает перерабатывающую промышленность пухом, пером и другим сырьем. Кроме того, ряд продуктов используется в фармацевтической промышленности при изготовлении лечебных препаратов, а также для технических и кормовых целей.

По сравнению с другими отраслями животноводства птицеводство в переходный период проявило большую гибкость, и выживаемость, сохранило значительную часть своего производственного потенциала, в меньшей степени сократило объемы производства.

Кризисные явления в России привели к резкому снижению производства птицепродуктов отечественными предприятиями. Снижение производительности труда в отрасли обусловлено в первую очередь износом существующего оборудования, что приводит к снижению уровня механизации производства продукции. Кроме того, в связи с резким сокращением поголовья уменьшился уровень использования производственных мощностей птицеводческих предприятий, что также ведет к неэффективному использованию средств труда. Увеличение расхода кормов на производство единицы продукции связано, прежде всего, с несбалансированностью кормовых рационов по питательным веществам. Повышение эффективности производства продукции птицеводства приведет к снижению затрат труда и расхода кормов на производство единицы продукции.

Повышение эффективности птицеводства в новых экономических условиях является важным моментом в развитии сельского хозяйства. Исходя из этого, выбранная тема статьи является актуальной.

Целью данной статьи является выявление резервов повышающие эффективность производства продукции птицеводства на основе модернизации.

В соответствие с целью поставлены следующие задачи:

- провести анализ производства яиц;
- разработать мероприятия по повышению производства яиц и предельно эффективно от их использования.

Объектом исследования является птицефабрика СХПК «Племптица - Можайское».

В настоящее время предприятие специализируется на производстве племенного яйца и суточных цыплят мясояичного кросса «Радонит».

Инкубационное яйцо поставляется в 39 птицевладельцев областей Российской Федерации. Суточным молодняком полностью обеспечивается потребность птицефабрик «Ермаково», «Вологодская», «Великоустюгская» Вологодской области, а также «Даниловская» Ярославской области, и двух птицефабрик Костромской области.

Как показал анализ технологических процессов производства и содержания птицы, значительное количество потерь наблюдается на этапе выращивания кур - несушек. Для выращивания кур - несушек на предприятии используется оборудование марок КБР – 2 (двухъярусная клетка) и КБУ – 3 (трехъярусная клетка) приобретенные еще в советский период.

Эксплуатация этих батарей КБУ-3 выявила недостаточную надежность систем ее кормления и поения. Это связано с трудоемкостью обслуживания, сильным загрязнением поилок, отсутствием эффективных устройств регулирования выдачи корма и неравномерностью распределения его в кормушках.

В рамках повышения эффективности производства продукции птицеводства на основе внедрения инновационных технологий можно предложить заменить устаревшие клеточные батареи на высокотехнологичное оборудование известной компании «Техна» клеточное оборудование для содержания кур – несушек в соответствии с европейскими нормами ТБНЕ.

Преимущества клетки ТБНЕ для содержания кур – несушек:

1. Оптимальные условия содержания птицы:

- Клетка оборудована 3 насестами, что дает возможность птице чувствовать себя раздольно и не испытывать эмоционального стресса от замкнутого пространства.
- Наличие в клетке гнезда со шторкой и искусственной имитацией травы, позволяет птице чувствовать себя свободно и комфортно.
- Наклон решетки пола в евроклетке «ТЕХНА» составляет 7°, что позволяет яйцу свободно скатываться на ленту яйцесбора с гибким лотком, что уменьшает насечку яйца при скатывании. Защитный экран из

оцинкованной стали защищает яйцо от расклеывания и от попадания помета в кормовые лотки нижнего яруса.

- Использование сплошных оцинкованных поперечных перегородок с перфорацией предотвращает контакт птицы соседних клеток, улучшает микроклимат в птичнике и обеспечивает достаточное количество свежего воздуха в клетке.

2. Долговечность:

- Клеточное оборудование изготовлено из высококачественной оцинкованной стали 1 класса.

- Большая прочность напольной решетки, которая лежит на поддерживающей проволоке, позволяет обеспечить удобство и устойчивость для птицы.

- В приводах применены стальные закаленные звездочки.

3. Низкие эксплуатационные затраты:

- В клеточном оборудовании применены энергосберегающие технологии.

- Система лифтового яйцесбора сокращает трудозатраты и энергозатраты.

- Разработана система планово-предупредительных ремонтов.

Таблица 1 - Сравнительная оценка технологического перевооружения птичника

Показатели	Варианты	
	КБР - 2	ТБНЕ
Валовое производство яиц, всего, тыс. шт.	1735,4	3733,7
Себестоимость 1000 штук яиц руб.	2560	2800
Цена реализации 1000 штук яиц, руб.	6895	6895
Себестоимость всей продукции, тыс. руб.	4442,62	7467,4
Выручка от реализации яиц, всего, тыс. руб.	5338,1	12557,8
Прибыль от реализации, тыс. руб.	895,48	5090,4
Прирост прибыли, тыс. руб.	-	4194
Уровень рентабельности, %	20	68
Стоимость оборудования с монтажом, тыс. руб.	-	12
Срок окупаемости, мес.	-	3

Применение нового оборудования положительно влияет на увеличение среднегодового поголовья кур – несушек, при этом снижается себестоимость 1000 штук яиц на 360 руб., увеличивается выручка и следовательно прибыль повысится на 4194 тыс. руб. (табл. 1). При использовании клеточного оборудования ТБНЕ сократится выход нестандартного яйца и увеличится выход стандартного яйца на 353,46 и 2359,1 тыс. шт. соответственно. Таким образом, при применении ТБНЕ экономическая эффективность предприятия увеличится. Подводя итоги в целом по предприятию от внедрения нового оборудования, можно сделать вывод, что модернизация

положительно повлияет на экономические показатели предприятия, т.е. выручка повысится на 43%, а затраты сократятся.

УДК 338.48

*М.В. Головкина, студентка 631 группы
С.П. Осмоловская, к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Проблемы и перспективы развития туризма в Усть-Кубинском районе Вологодской области

Вологодчина - древняя русская земля «Северная Фиваида», прославившая Россию известными обителями и святителями, край «Белых ночей», «голубых озер», одна из самых крупных областей Европейской части России, расположенная на путях из Москвы (450 км.) и Санкт-Петербурга (650 км). Здесь переплетаются крупнейшие речные, железнодорожные, автомобильные артерии России.

По данным рейтингового агентства «Эксперт-РА», Вологодская область занимает 11 место в Российской Федерации по туристскому потенциалу. Оценивая факторы привлекательности Вологодской области, можно отметить, что первое место занимает богатейшее культурно-историческое наследие. На территории области на сегодняшний день насчитывается 777 памятников истории и культуры, из них 218 объектов федерального значения.

В области появляются новые направления туристских потоков, так за последние годы интересными в плане туризма стали Шекснинский район и г. Грязовец. Очень самобытны и перспективны в плане развития туризма такие уголки Вологодской области как Тарнога, Нюксеница, Устюжна и Усть-Кубинский район. [7]

Усть-Кубинский район обладает большим количеством объектов, которые могут быть интересны туристу. Находятся в местах живописнейшей природы и имеют каждый свою неповторимую историю, но многие из них не известны туристу. Проблематика работы заключается во вскрытии причин неразвитости туристического бизнеса при наличии природно-культурных ресурсов.

Целью исследования являлось выявление предпосылок и перспектив развития туристической индустрии Усть-Кубинского района. Для этого ставились следующие задачи:

1. Рассмотреть, что такое туристическая индустрия.
2. Выявить исторические и культурные особенности Усть-Кубинского района.

3. Изучить географические аспекты района для осуществления туристической деятельности.

4. Проанализировать экономическое положение, влияющее на развитие инфраструктурного сектора.

5. Провести географическое районирование Усть-Кубинского района с точки зрения туристического бизнеса.

6. Выявить туристические места Усть-Кубинского района и описать их с точки зрения туристической привлекательности.

7. Определить перспективы туристической индустрии в Усть-Кубинском районе.

Для решения поставленных задач использовались следующие методы:

- 1) анализ и синтез информации;
- 2) прогнозирование;
- 3) картографический метод;
- 4) интервьюирование.

Объект исследования: культурно-исторический туризм Усть-Кубинского района.

Предмет исследования: перспективы развития туризма в Усть-Кубинском районе.

С географической точки зрения район благополучен. Усть-Кубинский муниципальный район расположен в центральной части Вологодской области, в 75 км. от областного центра и в 30 км. от г.Сокол [4] – это говорит о том, что потребуются совсем немного времени, чтобы добраться до него. Усть-Кубинский район давно снискал себе славу экологически чистого края, обладающего прекрасными природными условиями, местами для отдыха и туризма. Район имеет густую сеть рек и озёр, которые богаты рыбными запасами.

Но на данный момент инфраструктура района развита слабо. Имеются две гостиницы: гостиница РАЙПО на 8 мест, гостиница Общества охотников и рыболовов на 8 мест. [5]

Наиболее приемлемыми для Усть-Кубинского района являются: экологический, деревенский, познавательный, паломнический туризм.

Для экологического туризма район обладает природными ресурсами и благоприятной экологической ситуацией. Наиболее яркими объектами данного типа туризма являются бор по берегам реки Кубены и на берегах Кубинского озера, а так же Туровские горы ледникового происхождения, где можно обнаружить частички стебля Морской лилии (О-S), коралл Ботрифиллум (О-С).

Для деревенского туризма в районе имеются охотничья база «Дом охотника». Она представляет собой дом деревенского типа на 6 человек в д.Куркинская. Дом ЧП Кочина А.Ю., который является домом деревенского

типа на 6 человек в П.Лесозавод. В обоих случаях предоставляются услуги по организации охоты, рыбалки, сбора ягод и грибов.[4]

В районе жители занимаются традиционными народными промыслами и ремёслами, имеется возможность приобрести уникальные произведения их труда и при желании, попробовать себя в их изготовлении. Есть место легенде о происхождении одного из красивейших ремесел - кружевоплетении. В районе традиционно проходят праздничные мероприятия, способствующие развитию народных промыслов, увеличению притока инвестиций для развития туризма на областном и всероссийском уровне. [5]

Наиболее перспективным для района является православно-паломнический туризм. Для этого в районе имеется несколько значимых объектов, таких как Спасо-Каменный монастырь.

Это не просто живописный уголок – это святыня, одна из самых древних обителей на Европейском Севере. К сожалению в связи с обстоятельствами, которые складывались на протяжении длительного времени, Спас Каменный был значительно разрушен. Возрождение островной святыни, жемчужины земли Вологодской началось лишь в 1990 годы усилиями энтузиастов Александра Николаевича и Надежды Александровны Плигиных. Ежегодно на остров отправляются бригады школьников и добровольцев, желающих бескорыстно помочь скорейшему возрождению храма со всей прилегающей территорией. [2]

Кроме этого имеются святые источники, святые камни и другие объекты, которые интересны для православного туриста.

Для познавательного туризма в районе есть большое наличие исторических памятников, у каждого есть своя неповторимая история и каждый по своему уникален.

Таким объектом является Никольский парк в селе Никольское. Это самый крупный и наиболее сохранившийся усадебный парк на Вологодчине – памятник садово-паркового искусства XVIII-XIX веков. В Никольском парке произрастает более пяти тысяч деревьев из них 340 – деревья-патриархи. Богат и разнообразен растительный мир парка.

В парке множество камней интересной формы и почти с каждым из них связана легенда. Камни там появились при Александре Михайловиче Межакове, он платил за каждый необычный камень по рублю. Один из запоминающихся камней это камень в форме черепа. Он был привезён из деревни Волосово и считается сакральным камнем скотьего бога Велеса. Говорят, что в порядке расположения камней был зашифрован план парка. Так же в Никольском можно увидеть меч 1860года, который принадлежал Александру Михайловичу Межакову и на данный момент составляет большую ценность.

Одним из мест, которые стоит посетить туристам, является Святое озеро. Оно расположено на самом севере района в Авксентьевском сельсовете. Это озеро круглое, как блюдце, карстовый провал глубиной до 40

метров; шириной, примерно, около 1 километра. В озере ледяная прозрачная вода. Об озере Святом есть древняя легенда, которую в тех местах знают все. Легенда говорит о том, что в давние времена на месте озера стояла церковь, которая вследствие провала ушла под воду. А старожилы говорят, что их ещё маленькими водили на озеро и окунали в ледяную воду, для того, чтобы не было несчастий. Когда их окунали, то им показывали место, куда ушла церковь и они видели крест, который блестел в прозрачной воде. Старожилы утверждают, что в озере не было утопленников среди купальщиков, охотников и рыболовов. Говорят, что их снизу выталкивает какая-то сила. Берега озера и по сей день называют малыми и большими святыми воротами.

В районе множество удивительных мест и главным плюсом является то, что расстояние между объектами не велико и до каждого из них можно доехать на машине или на катере.

В результате делаем вывод о возможности увеличения туристической направленности на рынок. Для этого необходимо внедрить программу развития туристической индустрии района в действие.

Проблема заключается в отсутствии квалифицированных кадров для грамотного ведения туристического бизнеса, при наличии предпосылок. Желанием руководства района является укрепление туристического хозяйства, а имеющиеся предпосылки являются гарантом успешного развития территории.

Развитие и процветание туристической индустрии в Вологодской области и в Усть-Кубинском районе в частности возможно лишь при финансовой поддержке Правительства Вологодской области, которая предусмотрена в Долгосрочной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в вологодской области на 2013 - 2018 годы». [8]

Литература:

1. Алупова С. Сохранившееся и утраченные храмы Заозерья. – с.Устье, 2008 г.-19С.
2. Дементьев В.В., Плигина Н.А., Сальников А.К. Дом Спаса. Вологодские каменные Кижы - Сб./ Вологда.: ФЭСТ, 2008г.-478С.
3. Евстафеева Г.А. Памятные места Заозерья.-с.Устье, 1994г.-20С.
4. Комплексный территориальный кадастр природных ресурсов Усть-Кубинского района. Выпуск восьмой. Вологда 2008г. 5С.
5. Сведения из отчетов МУК «Усть-Кубинский Районный Краеведческий Музей» от 2008г.
6. Шилова Н., Варганова А. И вновь о Родине пою – с.Устье, 2004 г.- 83С.
7. http://vologda-oblast.ru/o_region/turizm/.
8. <http://docs.pravo.ru/document/view/27644315/45235936/>.

УДК 338.439.222

Ю.О. Исупов, студент 633 группы
Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Экономическая эффективность производства молока на ОАО «Воткинский молочный завод»

Важность молочной промышленности обусловлена значением пищевой промышленности в целом как одной из ведущих отраслей, в немалой степени влияющей на уровень цен на продовольственные товары. На пищевую промышленность приходится 4.2% российского ВВП и 2.3% занятости в стране. Повышение эффективности (производительности) в этой отрасли способно повлиять на уровень жизни населения.

Целью исследования является разработка мероприятий по повышению эффективности производства молока ОАО «Воткинский молочный завод».

Задачами исследования являются:

1. Общая характеристика данного предприятия как объект исследования

2. Разработка рекомендаций по совершенствованию производства молока на ОАО «Воткинского молочного завода».

Миссия предприятия ОАО «Воткинский молочный завод» заключается в удовлетворении потребностей потребителей региона в широком ассортименте молочных продуктов.

Стратегическая цель предприятия – увеличение общего объема реализации молочной продукции на существующем рынке, а также за счет выхода на новые рынки. Данная цель достигается за счет улучшения качества производимой продукции, укрепление позиций предприятия на рынке города Воткинска, а также внедрение своей продукции на рынки других городов региона и страны.

Срок работы предприятия на Российском рынке - 50 лет, создано на базе муниципального предприятия «Воткинский молочный завод», преобразовано в Акционерное Общество Открытого типа в 1993г, в 1997г прошла перерегистрация Устава как Открытого Акционерного Общества.

ОАО «Воткинский молочный завод» находится в восточной части города в 3 км от его центра. После реконструкции в 90 гг. мощность увеличилась до 70 тонн в смену (140 тонн в сутки). Предприятие имеет низовую сеть: Шарканское и Зюзинское сепаратные отделения приемки и отгрузки молока Шарканского района на головное предприятие - ОАО «Воткинский молочный завод». В Шарканском цехе установлено оборудование по производству технического казеина.

ОАО «Воткинский молочный завод» является крупным производителем молочной продукции. На нем выпускается широкая номенклатура молочных продуктов, которые рассчитаны на различные сегменты рынка с учетом мотива потребления.

Основные виды выпускаемой продукции - это цельномолочная продукция (ЦМП), сухое цельное молоко (СЦМ), сухое обезжиренное молоко (СОМ).

Ассортимент продукции, выпускаемой предприятием: молоко, кефир, ряженка, ацидофилин, сметана, сырки, творог, сливки, сливки, масло крестьянское, масло любительское, масло топленое, сыр Сулугуни и Адыгейский; сухое цельное молоко и др.

Динамика основных показателей эффективности производства молока за 2010-2012 годы приведена в таблицах 1-2.

Таблица 1 - Динамика показателей рентабельности деятельности предприятия

Наименование показателя	Показатели, %		
	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Рентабельность продаж (Рп)	2,1	4,1	5
Рентабельность основной деятельности (РО)	2	4,3	5,1

Из данной таблицы видно, что предприятие работает эффективно и рентабельность продаж повышается. Однако некоторое замедление рентабельности в последние годы указывает на насыщение рынка и исчерпание используемых механизмов роста прибыли.

Повышение рентабельности основной деятельности говорит о снижении затрат и росте прибыли.

Из таблицы 2 видно, что за данный анализируемый период динамика себестоимости имеет тенденцию к росту. Первоочередная причина в том, что значительными темпами растут закупочные цены на сырье и материалы.

Таблица 2 – Фактическая себестоимость, тыс. руб.

Элементы затрат	Факт	Факт	2011 г.		Отклонение, %	
	2009 г.	2010 г.	план	факт	от плана	от 2010 г.
Сырье	16 217	20 539	37 053	50 120	+35	+144
Отходы	2 358	3 025	4 076	5 563	+36	+84
Сырье за вычетом отходов	13 859	17 514	32 977	44 557	+35	+154
Транспортные расходы	406	445	425	434	+2	-2

Продолжение таблицы 2

Основные материалы	84	87	90	193	+114	+122
Вспомогательные материалы	471	674	1 148	1 454	+27	+116
Основная заработная плата	513	667	734	1 034	+41	+55
Начисления на заработную плату	202	256	283	396	+40	+55
Топливо и энергоресурсы	3 043	3 468	3 589	3 875	+8	+12
Общезаводские расходы	4 200	4 309	9 211	6 379	-31	+48
Дорожный фонд	585	792	1 286	1 458	+13	+84
Итого произведенная себестоимость	23 363	28 211	49 743	59 780	+20	+112
Коммерческие расходы	309	912	1 015	747	-26	-18
Полная себестоимость	23 672	29 123	50 758	60 527	+19	+108

Для сохранения полезных свойств молока ОАО "Воткинский молочный завод" проводит техническое перевооружение предприятия, запускает и модернизирует новые цеха по переработке молока, переоборудованы камеры охлаждения и хранения готовой продукции. В результате последнего изменения завод начал использовать в качестве упаковки новую пленку и освоил фасовку творога, творожных изделий и масла в фольгу.

Изменения коснулись и автотранспорта: на машинах, перевозящих молочную продукцию, установлены термофургоны, также началось оснащение автомобилей современными холодильными установками "Термо кинг".

В результате проведенных мероприятий значительно сократилось потребление электроэнергии, а главное - существенно повысилось и стабилизировалось качество продукции. Полностью изменилась упаковка, на которую теперь наносится штрих-код.

После проведенных исследований областная санитарно-эпидемиологическая станция увеличила допустимые сроки реализации продукции: молоко - до трех суток, кисломолочных напитков - до пяти суток, сметаны - до семи суток.

В качестве направлений, позволяющих повысить эффективность развития предприятия, следует иметь в виду и такие, как совершенствование ассортимента молочной продукции за счет увеличения выпуска продуктов повышенной пищевой и биологической ценности, понижение себестоимости, увеличение прибыли, повышение рентабельности, повышение трудовой дисциплины, уменьшение текучести кадров.

УДК 636

Ю.О. Исупов, студент 633 группы

*О.Б. Филатова, старший преподаватель кафедры экономики
и организации ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Удмуртская Республика: животноводство как перспективное направление сельскохозяйственного производства

С развитием животноводства непосредственно связано производство шерстяных тканей, кожевенно-обувных изделий и др. Животноводство развивается не изолированно от земледелия, а вместе с ним. Между ними существуют тесные двухсторонние связи. Земледелие (растениеводство), в частности, активно участвует в создании кормового баланса животноводства. В свою очередь животноводство является источником ценных экологически безвредных органических удобрений.

В ходе исследования ставились следующие задачи:

- дать характеристику животноводческой отрасли Удмуртии;
- определить перспективы развития направления животноводства в Удмуртии.

При проведении исследования использовались следующие методы: монографический, метод прогнозирования и наблюдения.

Удмуртская Республика расположена на востоке Русской равнины, в европейском Приуралье, в междуречье Камы и ее правого притока Вятки. Площадь республики – 42,1 тысячи квадратных километров. Численность населения (по состоянию на 1 января 2014 года) составляет 1517,2 тысяч человек.

Общая площадь сельскохозяйственных угодий Удмуртской Республики составляет 1,8 миллиона гектаров, в том числе пашни 1,4 миллиона гектаров. В сельской местности проживают 526,6 тысяч человек или 34,7% от общей численности жителей Республики. [1]

В целом региональная специализация сельского хозяйства Республики имеет преимущественно животноводческое направление. Растениеводство ориентировано на потребности животноводства: традиционно зерно производится на фуражные цели, большая часть сельскохозяйственных угодий используется для выращивания кормовых культур.

Основными возделываемыми культурами являются зерновые, картофель, овощи открытого и закрытого грунта, лен-долгунец, кормовые культуры. Производство зерна имеет большое значение в экономике Республики. Однако в связи с тем, что Удмуртия расположена в зоне рискованного земледелия, урожайность зерновых культур и объемы производства зерна по годам остаются нестабильными.

В сельскохозяйственном производстве животноводство занимает профилирующее приоритетное положение, его доля в валовом объеме продукции сельского хозяйства составляет более 60%. В УР развиты традиционные отрасли животноводства: скотоводство, свиноводство и птицеводство. Незначительный удельный вес в выпуске продукции сельского хозяйства занимают овцеводство, рыбоводство, коневодство, звероводство и пчеловодство.

Интенсивно развивающейся отраслью является свиноводство, которое занимает более 40 % в общем объеме производства мяса. Предприятия промышленного свиноводства Республики обеспечивают потребности населения в мясе на 90%. [1]

В свиноводческих организациях сосредоточено чистопородное поголовье свиней следующих пород: крупная белая, дюрок, уржумская, ландрас, йоркшир. В Удмуртии выведена новая отечественная порода свиней мясного (беконного) направления продуктивности – туклинская, и удмуртский скороспелый тип овец советской мясо-шерстной породы.

Большое внимание уделяется развитию птицеводства, как одной из скороспелых эффективных отраслей животноводства, которую характеризует устойчивая динамика роста поголовья, продуктивности, производства яиц и мяса птицы. В Удмуртии действуют 5 птицефабрик яичного и одна – бройлерного направления. Потребности населения Республики в основных продуктах питания (мясо, молоко, яйцо) удовлетворяется за счет собственного производства и продуктов переработки местных, перерабатывающих предприятий, которые развивают производство и расширяют ассортимент производимой продукции, внедряют новые технологии.



Рис. 1. Динамика производства продукции сельского хозяйства

За период с 2000 по 2013 годы (рис. 1 и табл. 1) в сельском хозяйстве УР наблюдается устойчивая тенденция роста производства на 36310,8 млн. рублей [2]

Таблица 1 - Динамика производства продуктов животноводства во всех категориях хозяйств с 2000 по 2013 годы

Категории продукции	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Мясо (живой вес), тыс. тонн	127,8	138,2	162,4	166,0	165,3	170,2
Молоко, тыс. тонн	549,9	629,8	671,2	687,4	711,2	712,5
Яйца, млн. шт.	556,4	676,8	952,1	893,1	898,3	905,4

Из данных таблицы 1 видно, что динамика производства продуктов животноводства имеет тенденцию к росту. Так как мы наблюдаем рост по каждой категории продукции. Это связано с тем, что продукция пользуется спросом у населения. В Удмуртии сохранен производственный потенциал животноводства в сельскохозяйственных предприятиях. [3]

Ведущей отраслью животноводства является молочное скотоводство, стратегия развития, которое основана на повышении продуктивности дойного стада. Основной разводимой породой крупного рогатого скота является черно-пестрая, она занимает ведущее место (70%) по численности поголовья и продуктивности животных. По показателю удоя молока Удмуртия занимает 3 место в Приволжском федеральном округе.

Природно-климатические условия УР позволяют развивать многоотраслевое сельское хозяйство, полностью обеспечивать свои потребности в основных видах продовольствия.

На текущий момент в Республике функционируют около 350 пищевых и перерабатывающих производств - это и крупные предприятия, предприятия среднего и малого бизнеса, предприятия Удмуртпотребкооперации, а также небольшие частные производства. В отрасли осуществляет производственную деятельность 8 крупных молокоперерабатывающих промышленных предприятий, а также 12 предприятий малой мощности по переработке молока; мясоперерабатывающих – 11.

Подводя итоги, можно отметить следующее, для обеспечения эффективности производства активно внедряется новое оборудование. Правительство Удмуртии заинтересованно в развитии животноводства, и регулярно предлагает новые программы по поддержанию отрасли, развитию фермерских хозяйств, привлечение квалифицированного персонала. В целом животноводство в Удмуртии активно развивается, продукция пользуется спросом у населения региона, осуществляется вывоз в другие регионы. В Республике отрасль животноводства представлена многопрофильным

производством. На начальном этапе реализации находится инвестиционный проект - строительство комплекса по выращиванию индейки. Однако молочное скотоводство остается основной отраслью, которая определяет устойчивость финансового положения большинства сельских товаропроизводителей.

Литература:

1) http://udmapk.ru/apk_udmurtii/obshchaya_informatsiya/
Министерство сельского хозяйства и продовольствия Удмуртской Республики.

2) <http://docs.cntd.ru/document/960018555> О Стратегии социально-экономического развития Удмуртской Республики на период до 2025 года.

3) http://mintrud.udmurt.ru/2011-chelovek_truda/Trudovoe_nasledie/minselhoz/ Министерство сельского хозяйства и продовольствия УР.

УДК 631.162.338.436.33

Ю.А. Козлов, студент 633 группы

*К. К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Анализ обеспеченности основными фондами и эффективности их использования в СПК «Тотемский»

В настоящее время в условиях рыночной экономики, когда характерна рыночная нестабильность, когда развитие сменяется периодом кризисов, от сельскохозяйственных предприятий требуется повышение экономической эффективности производства. Одним из важнейших факторов увеличения объема производства продукции в сельскохозяйственных организациях является обеспеченность их основными средствами в количестве и ассортименте и более полное и эффективное их использование. Обеспеченность основными средствами производства и эффективность их использования являются важными факторами, от которых зависят результаты хозяйственной деятельности, в частности качество, полнота и своевременность выполнения сельскохозяйственных работ, а, следовательно, и объем производства продукции, ее себестоимость, финансовое состояние предприятия.

Целью данной работы является анализ обеспеченности основными фондами и эффективности их использования в СПК «Тотемский»

Исходя из поставленной цели, определены следующие задачи:

- рассмотреть понятие, значение основных фондов;
- проанализировать состав и структуру основных фондов СПК;

- проанализировать обеспеченность и эффективность использования основных фондов предприятия

Объект исследования является СПК «Тотемский». Предмет исследования – обеспеченность и эффективность использования основных фондов в СПК «Тотемский».

Основные фонды являются наиболее значимой составной частью имущества предприятия и его внеоборотных активов.

Основные средства (фонды) - это совокупность средств труда, которые многократно участвуют в процессе производства в течение нескольких циклов и свою стоимость переносят на продукцию по частям в виде амортизационных отчислений [1].

По функциональному значению основные фонды делятся на производственные и непроизводственные. К производственным основным фондам относятся те средства труда, которые непосредственно участвуют в производственном процессе и создают условия для его нормального осуществления. Непроизводственные основные фонды – это средства труда, которые непосредственно не участвуют в производственном процессе, но находящиеся в ведении предприятия [2].

Основная задача на предприятии сводится к тому, чтобы не допускать чрезмерного старения ОПФ (особенно активной части), так как от этого зависят результаты работы организации.

СПК «Тотемский» специализируется на производстве молока, так как товарная продукция животноводства по данному виду занимает наибольший удельный вес и составляет 70%.

Проанализируем состав и структуру основных средств СПК «Тотемский» в таблице 1. Структура основных фондов - это процентное соотношение различных групп фондов в общей их стоимости.

Таблица 1 – Состав и структура основных фондов СПК «Тотемский»

Показатели	2008 год		2009 год		2010 год	
	тыс. руб.	В % к итогу	тыс. руб.	в % к итогу	тыс. руб.	в % к итогу
1. Здания	20790	23,5	24055	26,2	23863	20,5
2. Сооружения и передаточные устройства	15188	17,1	15188	16,5	15834	13,6
3. Машины и оборудование	27555	31,1	27999	30,5	36251	31,2
4. Транспортные средства	5997	6,8	8158	9,0	8013	6,8
5. Производственный и хозяйственный инвентарь	192	0,2	199	0,2	202	0,2
6. Продуктивный скот	18877	21,3	16074	17,6	32139	27,6
7. Прочие основные фонды	10	0,01	41	0,04	41	0,04
Итого	88609	100	91714	100	116343	100
Активные основные средства	33552	37,8	36157	35,6	54264	43,0

Именно анализ структуры основных средств позволяет установить, какие виды активов играют решающую роль в производстве данного хозяйства и какие мероприятия следует провести, чтобы улучшить их использование [3].

Стоимость основных фондов СПК «Тотемский», увеличилась с 88609 тысяч рублей в 2008 году до 116333 тысяч рублей в 2010 году вследствие обновления основных производственных фондов. Также возросла стоимость производственного и хозяйственного инвентаря, и продуктивного скота, так как хозяйство расширяет свою деятельность.

За анализируемый период стоимость основных фондов возросла за счет их обновления, в том числе возросла активная часть (машины и оборудование, транспортные средства), что является положительной тенденцией, так как именно активная часть основных фондов непосредственно участвует в производстве продукции.

Уровень развития агропромышленного комплекса в значительной мере определяется его оснащенностью основными средствами производства, которая характеризуется показателями фондообеспеченности и фондовооруженности труда[3].

Таблица 2 - Показатели обеспеченности предприятия основными средствами

Показатели	2008 год	2009 год	2010 год
Среднегодовая стоимость основных фондов с.-х. назначения, тыс. руб.	88609	91714	116343
Площадь с. х. угодий, га	4473	4473	4473
Среднегодовая численность работников, чел.	248	218	189
Поголовье крупного рогатого скота гол.	1814	1878	1757
Фондообеспеченность (на 100 га с.х. угодий), тыс. руб./га	1981	2274	2824
Фондовооруженность труда (основные средства на 1 работника) тыс. руб./чел	357,29	466,54	668,43
Фондообеспеченность (основные средства на 1 гол. КРС), тыс. руб./гол	48,84	54,15	71,90
Техническая вооруженность труда (активных основных средств на 1 работника), тыс. руб.	2,64	2,81	2,33

Обеспеченность СПК основными производственными фондами за период 2008 – 2010 годов увеличилась (табл. 2). С каждым годом происходит рост фондообеспеченности и фондовооруженности предприятия, скорее всего это вызвано ростом среднегодовой стоимости основных средств.

Техническая вооруженность труда в 2009 году по сравнению с 2008 годом снизилась на 0,31 тысячу рублей.

При имеющемся техническом уровне и структуре основных производственных фондов СПК «Тотемский», увеличение выпуска продукции, снижение себестоимости и рост накоплений предприятия зависят от степени использования ОПФ.

Экономическая эффективность использования основных производственных средств оценивается путем сопоставления результатов производства с их стоимостью. С этой целью используется система показателей, главные из которых – фондоотдача и фондоемкость.

Фондоотдача представляет собой отношение стоимости валовой (товарной, чистой) продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и показывает, сколько продукции получено на единицу основных фондов.

Обратной величиной по отношению к фондоотдаче является фондоемкость продукции - отношение среднегодовой стоимости основных производственных фондов к стоимости продукции; она показывает, сколько основных средств требуется для производства единицы продукции[2].

Таблица 3 - Показатели эффективности использования основных средств

Показатели	2008 год	2009 год	2010 год
Стоимость товарной продукции, тыс. руб.	63604	66147	51378
Среднегодовая стоимость основных фондов с.-х. назначения, тыс. руб.	88609	91714	116343
Прибыль (убыток), тыс. руб.	-956	-3324	-6901
Фондоотдача по товарной продукции, тыс. руб./тыс. руб	0,72	0,72	0,44
Фондоемкость по товарной продукции, тыс. руб./тыс. руб.	1,39	1,39	2,26

При эффективном использовании основных средств фондоотдача должна увеличиваться, а фондоемкость снижаться.

В СПК «Тотемский» недостаточно эффективно используются основные средства: фондоотдача в динамике за период 2008 – 2010 годов снижается (табл. 3), а фондоемкость увеличивается, что свидетельствует о недостаточно эффективной деятельности хозяйства.

Фондоотдача в 2010 г. по сравнению с 2008 г. снизилась на 0,28 и составила 0,44. Это означает, что на один рубль основных фондов приходится 0,44 руб. произведённой продукции.

Большое значение в деятельности хозяйства имеет обеспеченность основными производственными фондами и их использование. В 2010г возросла среднегодовая стоимость основных фондов, в том числе активная часть основных фондов. Это объясняется тем, что СПК «Тотемский» за анализируемый период приобрел новую сельхозтехнику, что является положительным моментом в деятельности предприятия.

Однако анализ эффективности использования основных средств позволил выявить недостатки. ОПФ сельскохозяйственного производственного кооператива используются недостаточно эффективно. Предприятие нуждается в реализации мероприятий, которые бы позволили повысить эффективность использования основных средств. Такими мероприятиями являются:

- освобождение СПК от излишнего (устаревшего) оборудования;
- своевременное и качественное проведение планово-предупредительных ремонтов средств труда;
- повышения уровня квалификации обслуживающего персонала;
- повышение уровня механизации и автоматизации

Также для эффективного использования основных фондов необходимо предприятию увеличивать производство и реализацию продукции. Так как хозяйство специализируется на производстве молока, основными направлениями увеличения производства товарной продукции является: рост продуктивности коров и повышение качества молока.

Литература:

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия – Мн.: “Экоперспектива”, 2010.
2. Курепина Н. Л. Эффективность использования основных производственных фондов//Достижения науки и техники АПК. – 2011.
3. Мамаева Г. Г. О состоянии и использовании основных фондов сельского хозяйства. – М.: ЮНИТИ, 2010.

УДК 664.165.003.13

А.Ю. Коричева, студентка 151 группы

Н.В. Фатеева, старший преподаватель кафедры экономики и организации

Н.Г. Острецова, к. т. н., доцент кафедры технологии молока и молочных продуктов ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Сравнительная экономическая эффективность производства молочного сахара разными методами

Молочная сыворотка - побочный продукт, образующийся при производстве творога, сыра, казеина. С молочной сывороткой теряется самая ценная часть (до 30 %) белков молока – иммунные белки, развивающие защитные функции организма человека и сельскохозяйственных животных, а также порядка 95 % высококачественного молочного сахара-лактозы. Поэтому перед отечественными и зарубежными производителями молочной продукции переработка вторичного молочного сырья (молочной сыворотки) является актуальной задачей. Вовлечение в хозяйственный оборот вто-

ричных ресурсов позволяет не только повышать доходность предприятий, но и решать проблемы экологического характера.

Более 54 % объема выработки натуральной сыворотки составляет подсырная (сладкая) сыворотка. Второе место принадлежит творожной (кислой) сыворотке, не более 1 % занимает казеиновая сыворотка.

Более половины ресурсов натуральной сыворотки - 59 % продается молокоперерабатывающими заводами на корм сельскохозяйственным животным. Порядка одной пятой объема производимой сыворотки сливаются на поля, в сточные воды. Лишь 25 % объема производимой сыворотки направляется на переработку, при этом доля промышленной переработки молочной сыворотки снижается [3].

Основные направления использования молочной сыворотки в России представлены на рис 1.

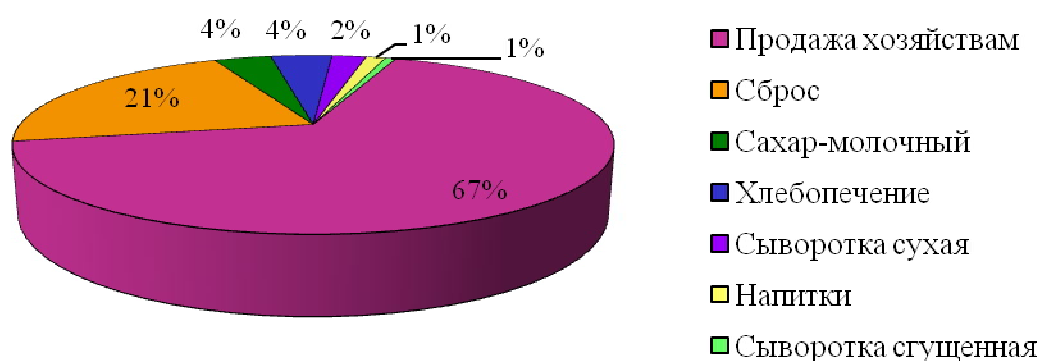


Рис. 1. Структура использования молочной сыворотки в России за 2009 - 2012 гг.

Переработка молочной сыворотки в России, несмотря на многочисленные разработки в этой области, сдерживается по ряду причин, среди которых можно выделить: незначительные инвестиции в молочную промышленность, отсутствие средств на внедрение современных технологий и покупку оборудования, недостаточная информация о преимуществах продуктов из сыворотки и реклама здорового образа жизни, отсутствие массового производства многофункциональных продуктов на основе молочной сыворотки, либерализм экологической службы в отношении сброса сыворотки в сточные воды.

Долгое время сывороточные продукты не находили широкого применения в российской промышленности.

В настоящее время сыворотка все более активно используется в хлебопекарной, кондитерской, молочной, мясоперерабатывающей, косметической промышленности и др.

Все направления глубокой переработки молочной сыворотки связаны с биотехнологией, позволяющей получать широкую гамму продуктов. К

ним относятся: органические кислоты и спирт этиловый; микробный жир, белок одноклеточных микроорганизмов и биоЗЦМ; ферменты, аминокислоты и витамины; глюкозогалактозный сироп (ферментативный гидролиз); метан, биогаз, углекислый газ; антибиотики и антиоксиданты.

Таким образом, значимость продуктов из сыворотки в современном ассортименте пищевой продукции заключается в повышении эффективности производства; улучшении качества за счет повышения пищевой и биологической ценности, улучшении функциональных свойств продуктов; увеличении объема производства и снижении себестоимости продукции [1].

Целью дальнейшего исследования является рассмотрение производства из молочной сыворотки молочного сахара (лактозы) разными методами и расчета сравнительной экономической эффективности.

Потребительские свойства лактозы обусловлены ее высокой пищевой, биологической и лечебной ценностью. Лактоза является практически единственным углеводом, получаемым новорожденным млекопитающим с пищей. Она медленно расщепляется в кишечнике, под ее влиянием ограничиваются процессы брожения в нем, нормируется жизнедеятельность полезной кишечной микрофлоры. В медицинской практике лактоза используется как послабляющее средство.

Молочный сахар в зависимости от органолептических и физико-химических показателей подразделяют на:

- фармакопейный;
- технический (сырец);
- пищевой и рафинированный (мелкокристаллический и обычный)

[5].

Молочный сахар (лактоза) является товаром производственного назначения, то есть относится к товарам, которые используются промышленными предприятиями и организациями для производства товаров и услуг.

Молочный сахар может выступать и в качестве сырьевого источника (получение производных лактозы), и как компонент товаров широкого потребления.

Потребители лактозы пищевой – производители продуктов детского питания и другие отрасли пищевой промышленности (мясная, молочная, хлебобулочная, кондитерская, производство диабетических продуктов и специальных продуктов для детерминированных групп населения, консервная промышленность), изготовители химических производных лактозы.

Лактозу используют и в непищевой промышленности. Так, например, для создания пленкообразующего полиуретана, дымогенераторного заряда, биоразлагаемой рыболовной приманки и др.

Таким образом, молочный сахар (лактоза) имеет весьма широкий спектр применения и позволяет охватить значительные доли рынка использования [2].

Существуют два метода производства молочного сахара:

- нетрадиционный (с использованием мембранных установок);
- традиционный.

Традиционный метод заключается в выкристаллизации лактозы из пересыщенных растворов молочной сыворотки.

Достоинства традиционного метода:

- получение лактозы в кристаллической форме, потребность в такой лактозе огромная;
- пищевая лактоза в кристаллической форме хорошо хранится.

Недостатки традиционного метода:

- в процессе производства образуется вторичное сырье (меласса), требующее дальнейшей переработки (в основном не перерабатывается);
- загрязнение сточных вод мелассой;
- степень использования содержащейся в молочной сыворотке лактозы невелика 50-55% (большие потери с мелассой и альбуминной массой);
- длительность процесса;
- высокая энергоемкость. [2,4,5]

Одной из ведущих тенденций последних лет в развитии молочной промышленности является широкое использование мембранных методов. Они открыли возможность получения новых видов молочных продуктов и повлекли за собой коренное изменение ряда технологий традиционных продуктов. Мембранные методы (микро-, ультра-, нанофильтрация, обратный осмос) имеют принципиальное отличие от фильтрации – осадок не образуется, а получается два раствора. Один обогащен высокомолекулярными (концентрат нативных белков), другой низкомолекулярными (фильтрат) соединениями.

Сущность мембранных процессов – процессы, осуществляемые при низком давлении, которые основаны на использовании мембран с открытой структурой, что позволяет растворенным компонентам проходить через мембрану, а нерастворимые компоненты задерживаются, образуя концентрат.

Достоинства мембранных методов:

- фракционирование отдельных компонентов и получение их определенного соотношения;
- безотходность технологии;
- экологичность применяемых технологических операций и процессов;
- биологическая стабилизация и низкая аллергенность продуктов;
- минимальное воздействие на сырье и экологическая безопасность готовых продуктов;

- полная механизация и автоматизация производственных процессов [4].

Для определения сравнительной экономической эффективности двух методов производства молочного сахара определены технико-экономические показатели (табл. 1).

Таблица 1 – Сравнительная экономическая эффективность производства молочного сахара [6]

Показатели	Молочный сахар	
	Нетрадиционный метод (с использованием мем- бранных установок)	Традиционный метод
Переработка сыворотки за сутки/год, т	60/360	
Объем производства в год, т	875,88	518,76
Капитальные вложения, тыс. руб.	96281,81	64492,91
Себестоимость одной тонны, тыс. руб.	99,83	155,26
Рентабельность, % продукции	60,27	3,04
Прибыль на одну тонну, тыс. руб.	60,17	4,73
Отпускная цена одной тонны, тыс. руб.	176	176
Точка безубыточности, т	187	419,69
Коэффициент устойчивости к изменениям рыночной конъюнктуры, %	20,63	80,9
Удельные капитальные вложения, тыс. руб.	109,92	124,32
Срок окупаемости, год	1,85	7,66

Для определения этих показателей был произведен продуктовый расчет, начерчен график производственных процессов с расстановкой рабочих на нем.

Объем производства молочного сахара из одного и того же количества сыворотки по нетрадиционному методу составляет 875,88 тонн в год, что превышает объем производства молочного сахара традиционным методом в 1,68 раза.

Себестоимость и удельные капитальные вложения на одну тонну молочного сахара производимого нетрадиционным методом меньше, чем указанные показатели по традиционному методу. При одинаковой отпускной цене рентабельность производства молочного сахара по нетрадиционному методу превышает рентабельность по традиционному методу на 57,23%.

Капитальные вложения при производстве молочного сахара нетрадиционным методом превышают аналогичный показатель в традиционном методе на 31,8 млн. руб. из-за высокой стоимости применяемого оборудования: микрофилтрационной, ультрафилтрационной, обратноосмотической, электродиализной установок. Но рассчитанный срок окупаемости, несмотря на высокие капитальные вложения по нетрадиционному методу меньше на 5,81 года, чем по традиционному методу.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что производство молочного сахара нетрадиционным методом более эффективно, чем традиционным методом.

Литература:

1. Волкова Т.А. О роли продуктов из сыворотки // Молочная промышленность, 2012. - № 4. – С. 69.
2. Синельников Б.М., Храмцов А.Г. и др. Лактоза и ее производные /Б.М. Синельников, А.Г. Храмцов и др.; науч. ред. акад. РАСХН А.Г. Храмцов. – СПб.: Профессия, 2007. – 768 с.
3. Современное состояние развития производства сыворотки. Сайт: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/5669-2012-12-23-18-56-47>.
4. Храмцов А.Г., Евдокимов И.А. Интенсивная технология молочного сахара. – М.: ДеЛи принт, 2004. – 277 с.
5. Храмцов А.Г. Молочный сахар. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Агропромиздат, 1987. – 224 с.
6. Экономика и управление производством: Практикум №1 по теме «Экономическая эффективность производства» / Сост. Н.В. Фатеева - Вологда – Молочное: ИЦ ВГМХА, 2014.

УДК 637.523

Е.С. Кострова, студентка 623 группы

Н.В. Фатеева, старший преподаватель кафедры экономики и организации ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Совершенствование организации производства колбасных изделий на мясоперерабатывающем предприятии

Актуальность производства колбасных изделий велика как для крупных предприятий мясной промышленности, так и для небольших перерабатывающих производств в сфере АПК, торговли и общественного питания. И этому есть несколько объяснений.

Во-первых, все предприятия заинтересованы в расширении ассортимента. Во-вторых, в настоящий момент на российском рынке существует незаполненная ниша по некоторым видам, например, сыровяленным колбасам в сравнении, скажем, со странами Европы. И это создает дополнительные перспективы развития российским производителям. В-третьих, согласно обзору рынка колбасных изделий и мясных деликатесов прослеживается положительная динамика потребления мясных изделий в России. И это создает дополнительные перспективы развития российским производителям.

А структура их распределения складывается следующим образом: наибольшая доля в натуральном выражении – 56 % – приходится на вареные, варено-копченые и полукопченые колбасы; доля сосисок и сарделек – 27 %; доля мясных деликатесов и прочих мясных изделий в общем объеме российского рынка составляет порядка 12 %; доля твердокопченых колбас (включая сыровяленые) – 5 %. Основу российского потребления колбасных изделий и мясных деликатесов составляет пока недорогая продукция. Увеличение ее доли было обусловлено кризисными явлениями, которые повлияли на покупательскую способность. [4]

Важнейшими факторами экономического роста предприятий мясоперерабатывающей промышленности являются: ускорение научно-технического прогресса, повышение технического уровня производства, улучшение качества традиционной и вновь осваиваемой продукции, инновационная политика; развитие отечественной сырьевой базы и ее ориентация на российских товаропроизводителей; направленность на производство продукции, пользующейся спросом; техническое совершенствование производства путем реконструкции, модернизации и перевооружения; развитие диверсификации, специализации, кооперирования, комбинирования и территориальной организации производства; совершенствование организации производства и труда, улучшение условий труда и техники безопасности; совершенствование форм государственной поддержки и регулирования; повышение общеобразовательного и профессионального уровня работников и трудовой мотивации персонала; повышение культуры производства, улучшение экологии и т.д.

Среди выделенных факторов, применительно к мясоперерабатывающим предприятиям, работающим на рынке в условиях жесткой конкуренции, определяющим направлением должно стать ресурсосбережение во всех звеньях технологической цепочки: от поступления сырья до сбыта готовой продукции, поскольку именно здесь имеются резервы экономии затрат, гибкой ценовой политики, повышения конкурентоспособности продукции и экономического роста производства. В этой связи возникает необходимость переориентировать сырьевую сферу на инновационный путь развития путем использования качественных факторов экономического роста [2].

Проведенные исследования на мясоперерабатывающих предприятиях в качестве основных инновационных направлений экономического роста производства позволили выделить следующие:

1. Объем производства - один из ключевых вопросов при организации производства колбасной продукции. Как показывают экономические расчеты и последний опыт производства, в настоящее время рентабельным может быть производство объемом не менее 5 тонн готовой продукции в смену. Например, сравнительный анализ двух проектов производства колбасных изделий - объемом 1 тонна в смену (I вариант) и 5 тонн в смену (II

вариант) - дает следующие соотношения: если затраты на оснащение по второму варианту увеличиваются (по сравнению с первым) только в 2 раза, то производительность уже в 5 раз, а чистая прибыль - в 8 раз. [3]

2. Приобретать комплект оборудования для мясопереработки под отдельный вид продукции, например, сосиски, с коммерческой точки зрения нецелесообразно. Во-первых, комплект в значительной степени универсален и предполагает производство практически полного ассортимента колбасных изделий и других продуктов мясопереработки (колбасы полукопченые и вареные, окорока, копченые куры, сосиски и сардельки и т.п., за исключением сырокопченых колбас). Во-вторых, части мясной туши имеют различную ценность (цена может отличаться в несколько раз), и перерабатывать ее полностью на данный вид продукции — означает терять часть прибыли.

3. Одной из важнейших проблем мясоперерабатывающих предприятий является недостаток сырья. На 01.10.2013 численность поголовья КРС в хозяйствах всех категорий составила 20 538,6 тыс. голов (-2,0% за год), в том числе в сельхозорганизациях – 8945,8 тыс. голов (-2,0%), в хозяйствах населения – 9494,4 тыс. голов (-2,5%), в крестьянских фермерских хозяйствах – 2908,4 тыс. голов (+2,8%).

Доля поголовья КРС в хозяйствах населения от поголовья КРС в хозяйствах всех категорий составила 45,2% (-0,3 п.п. за год), в сельхозорганизациях – 43,6% (-0,2 п.п.), в крестьянских фермерских хозяйствах – 10,2% (+0,5 п.п.), что указывает на высокую эффективность крестьянских фермерских хозяйств в современных условиях в воспроизводстве крупного рогатого скота.

Более рентабельное производство свинины и мяса птицы позволяет сельхозпроизводителям наращивать поголовье соответствующих видов сельскохозяйственных животных.

Численность поголовья свиней в хозяйствах всех категорий на 01.10.2013 составила 20 320,4 тыс. голов (+3,5% за год), в том числе в сельхозорганизациях – 14 928,2 тыс. голов (+11,2%), в хозяйствах населения – 4854,3 тыс. голов (-10,8%), в крестьянских фермерских хозяйствах – 2908,4 тыс. голов (+2,8%). Численность поголовья птицы составила 512 562 тыс. голов (без существенных изменений за год), в том числе в сельхозорганизациях – 395 771,5 тыс. голов (+1,2%), в хозяйствах населения – 110 179,9 тыс. голов (+7,1%), в крестьянских фермерских хозяйствах – 6610,6 тыс. голов (без существенных изменений за год).

В определенной степени загрузку производственных мощностей мясокомбинатов можно увеличить за счет более глубокой переработки сырья. В целях более рациональной переработки мясного сырья необходимо обеспечить улучшение использования для пищевых целей субпродуктов 2-й категории, крови, кости, увеличение выхода в мясожировом производстве. Замена до 10 % колбасного фарша смесью из субпродуктов позволяет

улучшить аминокислотный состав готового продукта. Пищевая кость содержит до 20 % животного жира, близкого по составу к жиру в организме человека. Добавление 2–8 % костной муки к вареной колбасе повышает ее биологическую ценность на 8 %, а коэффициент эффективности белка – на 12 %. Применение такого подхода способствует увеличению выхода товарной продукции с 1 т скота на 20 – 25 %. [7]

4. Использование в производстве вареных колбас и сосисок для набивки фарша традиционной проницаемой оболочки "белкозин" приводит к потерям продукции при варке в термокамерах до 12%. Предлагается вместо нее использовать новую непроницаемую полиамидную оболочку, которая (по оценкам специалистов) не отразится на качестве продукции, однако позволит сократить потери при термообработке с 12% до 2%, в результате чего увеличится выход готовой продукции на 10%. [1]

Нормы расхода оболочки белкозин и полиамидной аналогичны и, кроме того, данный продукт находится в одной ценовой категории, что не приведет к изменению затрат. Расчет экономического эффекта на примере мясокомбината, производящего 2,8 тыс. т вареной колбасы, и 2,1 тыс. т сосисок (в том числе 50% - в оболочке "белкозин"), показал, что после внедрения мероприятия - перехода на новую непроницаемую полиамидную оболочку объем производства за счет сокращения потерь при термообработке увеличится на 203 тонны. В результате за счет снижения издержек прибыль от реализации продукции увеличится на 16 млн. рублей.

5. Колбаса, рулет, окорок, мясной орех или полуфабрикат в кулинарии – любой продукт в сетке более привлекателен для покупателя, выглядит дороже и может претендовать на премиум-сегмент. Формовочная сетка, располагаясь на колбасном батоне поверх оболочки, служит каркасом, то есть выполняет свою основную технологическую функцию – армирования (упрочнения) оболочки, что позволяет повысить плотность набивки и упрочнить оболочку на продукте.

Покупатели замечают, выделяют для себя продукцию в сетке, у них создается впечатление, что она качественней и лучше. Если продукция может продаваться успешнее, значит, есть смысл использовать сетки. Опыт последних пяти лет показывает, что даже несмотря на кризис, объемы продаж колбас в сетках выросли в 2-3 раза. Значит, несомненно, сетка способствует росту продаж колбас и мясных продуктов, а также позволяет установить более высокую цену на продукт.

Для примера рассмотрим обычную вареную колбасу. Ее средняя стоимость в магазине - около 200 рублей за килограмм. Как сообщает один из крупнейших российских производителей колбас, расход сетки на один килограмм колбасы составляет от 0,25 до 0,5 метров. Велики ли затраты на сетку? Если использовать средние цены на белые сетки для вареных колбас «РОСНЕТ», то несложно рассчитать затраты на сетку на килограмм колбасы с учетом приведенного выше расхода сетки.

Получается, стоимость сетки на 1 килограмм колбасы составит от 1,3 до 2,9 рубля. При цене 200 рублей за 1 килограмм колбасы затраты на сетки составляют от 0,65% до 1,45% от стоимости колбасы! То есть в конечной себестоимости затраты на сетку практически не заметны. Однако с маркетинговой точки зрения применение сетки дает возможность как увеличить продажи продукции по старой цене, так и продавать тот же самый продукт дороже. Итак, мы пришли к выводу, что затраты на сетки в себестоимости мясного изделия не играют роли, а экономический результат может быть очень значительным.[5]

6. На подмосковном мясокомбинате «Велком» занимаются оптимизацией производства. Прежде всего важно очень точно соблюдать рецептуру приготовления продукта. Нужно положить в продукт ровно такое количество ингредиентов, которое требуется: не больше и не меньше. Когда дозы ингредиентов соблюдаются точно, потери сокращаются. На мясокомбинате внедрили специальную информационную систему SAP ERP, которая сигнализирует о том, есть ли у нас отклонения в пропорциях, нет ли потерь. За счет минимизации потерь снижается себестоимость производства.

Проект внедрения занял полтора года. Вложения составили более \$10 млн. Над внедрением системы работала команда из 60 человек. Перед проектной группой стояла задача: создать единое информационное поле для всех видов учета и отчетности, разработать инструмент контроля и повышения эффективности всех бизнес-процессов через систему KPI, обеспечить высокий уровень идентификации и прослеживаемости материального потока. В результате получена возможность детально просчитывать себестоимость производства, планировать бюджеты и управлять качеством, анализировать эффективность работы предприятия.

В заключение можно отметить, что совершенствование организации производства колбасных изделий (приведено только шесть направлений из множества существующих) представляют практический интерес для российских производителей в плане как качественного изготовления стандартного ассортимента колбасной продукции, так и освоения новых модных продуктов, мясных деликатесов.

Литература:

1 Воронина Л.А., Мищенко Л.Я. Формирование условий устойчивого развития экономических систем //Пищевая технология, 2004, № 2-3, с. 5-8.

2 Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Экономика и организация производства. Пищевая промышленность. – СПб.: РАПП, 2006

3 <http://www.moluch.ru/> Молодой ученый. «Проблемы ресурсосбережения на предприятиях мясоперерабатывающей промышленности в контексте их инновационного развития»

4 <http://www.meatbranch.com/> Мясные технологии. "Инновации в производстве сыровяленых колбас и деликатесов"

5 <http://meat-and-spices.com> Мясо и специи технология производства. «Производство сырокопченой колбасы».

6 <http://sfera.fm/> Отраслевой информационный портал «Сфера» Технологический процесс производства колбас.

7 <http://www.meat-milk.ru/milk/articles/1/view/217.html> «Рынок мяса и мяскоколбасных изделий»

8 <http://www.findpatent.ru/> «Способ изготовления сыровяленых колбасок»

УДК 338.439.222

Е.В. Лийченко, студентка 633 группы

*Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Анализ производства молока в ОАО «УОМЗ ВГМХА»

В настоящее время производство молока, как и все сельское хозяйство, находится в затяжном кризисе. Наблюдается процесс снижения поголовья. В таких условиях молочное животноводство нуждается в немедленных мерах по поддержке со стороны государства. Кроме этого необходимо использовать внутренние резервы хозяйств и внедрять новую более производительную технику. Этим и определяется актуальность выбранной темы.

Целью исследования является разработка мероприятий по совершенствованию организации производства молока в ОАО «УОМЗ ВГМХА».

Задачи исследования следующие: провести анализ организации производства молока, обосновать предложенные мероприятия.

ОАО «Учебно-опытный молочный завод» ВГМХА им. Н. В. Верещагина – предприятие по переработке молока и учебная производственная база Вологодской государственной молочнохозяйственной академии.

На заводе вырабатывается широкий ассортимент цельномолочной продукции: сухое молоко, масло крестьянское, масло вологодское.

Важными показателями экономической эффективности производства молока на ОАО «УОМЗ ВГМХА» являются такие показатели как: качество молочного сырья, закупка молочного сырья и реализация молочной продукции. Проанализируем вышеперечисленные показатели в табл. 1.

Таблица 1 - Качество молочного сырья в ОАО «УОМЗ ВГМХА»

Показатели	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Высший сорт, %	16,4	19,3	29,0
Первый сорт, %	46,6	39	38
Второй сорт, %	15	3,7	1
Несортовое, %	1,9	-	-
Экстра, %	14,1	-	15

Исходя из таблицы 2, можно сделать общий вывод по качеству молочного сырья. Качество молочного сырья увеличивается с каждым годом.

Таблица 2 - Закупка молочного сырья в ОАО «УОМЗ ВГМХА»

Виды закупленного сырья	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Молоко	47197	51421	59721
Сливки 35%	1925	2226	1329
Обрат	0	0	0
Всего молочного сырья	67017	74334	75358

Исходя из данных, можно сделать следующие выводы:

- По сравнению с 2009 годом, в 2011 году закупка молока увеличилась на 12524 тонн.

- Итог по общему количеству закупки молочного сырья по сравнению с 2009 годом увеличился на 8341 тонн.

- Эти цифры показывают, что предприятие развивается в положительной динамике в исследуемый период.

Реализация продукции на 2011 год:

- Выручка от реализации молочной продукции-1453099 руб.

- Себестоимость на молочную продукцию-1396693 тыс. руб.

- Валовая прибыль от основной продукции- 56399 тыс. руб.

- Чистая прибыль-15674 тыс. руб.

Основной целью предприятия, работающего в условиях рыночной экономики, является производство и реализация конкурентоспособной продукции, работ, услуг и получение прибыли. Прибыль является главным показателем деятельности хозяйства, так как только на основе прибыли и устойчивого финансового положения можно обеспечить расширенное воспроизводство предприятия, внедрение передовых энергосберегающих технологий и увеличить доходы работника [1, 4].

Необходимо учитывать, что основным источником доходов работников предприятия является заработная плата, а источником покрытия расходов по заработной плате работников – денежные средства, полученные от реализации качественной конкурентоспособной продукции и от снижения издержек на ее производство, т. е. финансовый результат.

В реализации этой задачи важную роль призвана сыграть система материального стимулирования труда, которая бы повышала материальную заинтересованность работников хозяйства в росте объемов производства сельскохозяйственной продукции и рациональном использовании материальных и трудовых ресурсов, а, следовательно, увеличении доходов хозяйства.[2,3]

Одним из способов является повышения экономической эффективности является повышение заинтересованности работников в труде, повыше-

ния вследствие этого производительности труда. Поэтому в третьей части были представлены расчеты заработной платы от валового дохода, что позволит повысить материальную заинтересованность работников.

Для совершенствования организации оплаты труда на предприятии, необходимо разработать и внедрить такую систему оплаты труда работников, которая обеспечила бы материальное стимулирование за счет увеличения производства продукции при снижении издержек на ее производство.

За счет улучшения ветеринарного контроля и лучшего ухода за животными планируется ликвидировать яловость и снизить заболеваемость коров маститом, что приведет к прибавке в среднегодовом удое и увеличению валового выхода молока.[4]

Совершенствование организации оплаты труда – оплата от валового дохода, должна привести работников к большей заинтересованности в конечных результатах работы хозяйства и таким образом повышения ухода за животными. Новое оборудование по переработки молока- быстрее, качественнее будет перерабатываться молоко. Коровы специальных пород- те коровы, у которых надой больше по сравнению с обычными коровами. Увеличение роста продуктивности коров. Уменьшение яловости- от яловости зависит рост продуктивности.

Исходя из проведенного анализа, можно предположить, что такие факторы как увеличение роста продуктивности коров, уменьшение яловости являются главными факторами для увеличения экономической эффективности производства молока.

Литература:

1. Апкаева Е., Бондина Н. Резервы роста экономической эффективности сельхозпроизводства // Экономика сельского хозяйства России. – 2007, - №1. – С.32-33.
2. Баранова Н., Баранов А., Рогозина Г. Эффективность современного доильного оборудования на молочных фермах // Молочное и мясное скотоводство. – 2008, - №5. - С.5-7.
3. Боярский Л., Юмашев Н. Повышение питательности кормов и использование кормового протеина // Молочное и мясное скотоводство. – 2007, - №1. – С4-7.
4. Бутковский В.А., Черепанов В.И., Животноводству – ускоренное развитие // Экономика сельского хозяйства России. – 2007, - №7. – С.26-27.

УДК 637.345

С.Н. Липатникова, студентка 141 группы
А.И. Гнездилова, д.т.н., профессор кафедры технологического
оборудования
Н.В. Фатеева, старший преподаватель кафедры экономики
и организации ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Экономические аспекты производства кисломолочного напитка «Снежок» с сахаром, обогащенного витаминами

Проблема здорового питания является важнейшей государственной задачей, т.к. связана с социальной стабильностью общества, здоровьем населения, продовольственной безопасностью страны. Успешное её решение зависит от создания устойчивой базы для производства сельскохозяйственной продукции, наличия современной пищевой индустрии и доступности продуктов питания для всех слоев населения.[1]

Все питательные вещества, необходимые для поддержания оптимального здоровья, должны поступать в организм со свежими натуральными продуктами. Но, увы, на сегодняшний день это невозможно. В нашем мире с загрязненной окружающей средой и постоянными нервными стрессами требования к питательным веществам повышаются, а количество необходимых организму калорий снижается, поскольку низок общий уровень физической активности.[2]

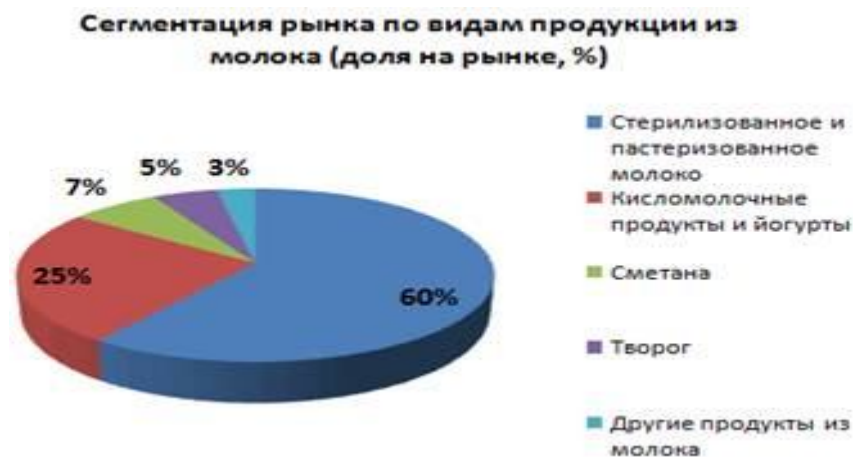


Рис. 1. Сегментация рынка по видам продукции из молока (доля на рынке), %

В натуральном выражении объём импортных поставок кисломолочных продуктов в 2012 году (рис. 1) увеличился на 8%, и на 7% в стоимостном выражении. В натуральном выражении в структуре импортных поставок кисломолочных продуктов на российский рынок лидирует Финляндия

(доля в 2012 году составила 45,9%). Доля Германии в 2012 году составила 15,1%, доля Франции составила 12,9%. В 2008 году доля Финляндии составляла 27,2% и в 2012 году увеличилась до 45,9%. [3]

Молоко и молочные продукты наиболее широко используются в питании детского и взрослого населения. По словам академика И.П. Павлова, «молоко – это изумительная пища, приготовленная самой природой». [4]

Институт питания РАМН разработал рекомендуемые нормы потребления молочных продуктов на 1 человека в год – это 390 кг (в пересчете на молоко. Фактическое потребление в России – 270 кг. Для поддержания нормального функционирования организма в рацион взрослого человека должно входить 25% молока и молочных продуктов; для детского и подросткового – 50%; для детей до года – 100%.

У некоторых взрослых и даже детей (примерно 20% всего населения) из-за недостатка фермента лактозы организм не способен расщепить лактозу и усвоить ее. Поэтому употребление молока такими людьми может приводить к вздутию живота, спазмам, диарее и т.д. В этом случае идеально подойдут кисломолочные продукты. По своей пользе они несколько не уступают самому молоку.

Снежок - кисломолочный напиток, вырабатываемый из пастеризованного молока, заквашенного чистыми культурами болгарской палочки и термофильного стрептококка с добавлением сахара или фруктозных сиропов. Он выпускается в нашей стране с 80-х годов XX века и является исконно русским продуктом.

Кисломолочные продукты имеют большое значение в питании человека, так как они обладают диетическими и лечебными свойствами, кроме того, у них приятный вкус и они легко усваиваются организмом. Целебные качества кисломолочных продуктов были известны еще в древности. В народной медицине такие продукты использовались для лечения различных недугов, начиная от выпадения волос, и заканчивая, ангиной.

Кисломолочные продукты нормализуют обмен веществ, укрепляют иммунитет, формируют здоровую слизистую оболочку кишечника, способствуют выведению токсичных веществ, способствуют улучшению пищеварения, кроме того, кисломолочные продукты помогают избавиться от лишних килограммов.

Молочная кислота, присутствующая в этих продуктах, улучшает обмен веществ, усиливает перистальтику кишечника, а, главное, по сравнению с лактозой, переносится любым организмом. Что касается молочного белка, то он в процессе сквашивания молока распадается на простые соединения — аминокислоты, а они усваиваются очень легко. Очень важно и то, что многие молочнокислые бактерии вырабатывают такие витамины, как В1, В2, С, и антибиотики, подавляющие развитие болезнетворных микробов.

Ну, и самая известная особенность кисломолочных продуктов – это их способность улучшать флору кишечника. В организме человека существуют разные виды бактерий: те, которые помогают переваривать пищу и те, которые выделяют токсины. Соотношение полезных и вредных бактерий может меняться, необходимо, чтобы в кишечнике был баланс, иначе возникнет дисбактериоз.[5]

Молочные продукты являются наиболее богатым источником кальция, содержание которого в кисломолочном напитке «Снежок» составляет 121 мг/100 г. Витаминный состав этого напитка характеризуется наличием в них витамина А (0,02 мг/100 г), β-каротина (0,01 мг/100 г), витамина В₁(0,03 мг/100 г), витамина В₂ (0,13 мг/100 г), витамина РР (0,1 мг/100 г), витамина С (0,9 мг/100 г). [6]

Использование сахарозы в качестве подсластителя в пищевой промышленности, в частности в производстве кисломолочных продуктов, влечет за собой ряд негативных последствий для здоровья человека – развитие диабета, кариеса, избыточного веса и т.д. [7]

Как показывает обширный мировой и отечественный опыт, наиболее эффективным и экономически доступным путем улучшения обеспеченности населения витаминами в общегосударственном масштабе является дополнительное обогащение ими продуктов питания массового потребления до уровня, соответствующего физиологическим потребностям человека.

Именно поэтому разработка кисломолочного напитка «Снежок» с сахарозаменителем, обогащенного витаминами, является актуальной. В качестве сахарозаменителя при выработке продукта были использованы сироп шиповника и крахмальная патока.

Выбор сиропа шиповника основан на высоком содержании в нем витамина С. Как показали проведенные расчеты, содержание витамина С в разработанном продукте на 14% выше, чем в контрольном образце.

Выбор крахмальной патоки обусловлен её малой энергетической ценностью и невысокой ценой (табл.1). Патока представляет собой смесь углеводов различной молекулярной массы: глюкозы, мальтозы и высших полисахаридов. Многочисленные исследования отечественных и зарубежных ученых показали значимую роль глюкозных сиропов в питании человека, сделали их одним из привлекательных видов сахарозаменителей для использования в рецептурах различных продуктов. [8]

Известно, что сахароза обладает калорийностью, которая составляет 380 ккал/100 г продукта, калорийность крахмальной патоки на 22,1 % ниже и соответствует 290 ккал/100 г.[9] Следовательно, при замене 40% сахара крахмальной патокой калорийность продукта будет снижаться на 9 %.

Таблица 1 – Статья 1. «Стоимость сырья и основных материалов»

Виды продукции	Выпуск за сутки, т	Сырье и основные материалы				Итого, тыс.руб.	
		наименование	потребность на выпуск, т	стоимость единицы, тыс.руб.	стоимость на выпуск, тыс.руб.	на выпуск	на единицу продукции
«Снежок» по традиционной рецептуре	5	нормализованная смесь, ж=2,6%	4,3985	18	79,17	81,52	16,30
		сахар-песок	0,0703	27	1,90		
		закваска на обезжиренном молоке	0,050	9,2	0,45		
«Снежок» по разработанной рецептуре	5	нормализованная смесь, ж=2,6%	4,3985	18	79,17	88,30	17,66
		сахар-песок	0,03515	27	0,95		
		закваска на обезжиренном молоке	0,050	9,2	0,45		
		патока крахмальная	0,02812	25	0,70		
		сироп шиповника	0,00703	100	7,03		

Поскольку данный продукт должен быть доступным для всех групп населения и безубыточным для предприятия-изготовителя, необходимо рассчитать отпускную цену единицы продукции и экономическую эффективность его производства (табл. 2)

Таблица 2 - Расчет прибыли, оптовых и отпускных цен, тыс. руб.

Виды продукции	Выпуск за год, т	Себе-стоимость		Рентабельность, %	Прибыль		Оптовая цена		НДС на единицу продукции	Отпускная цена	
		на единицу продукции	на выпуск		на единицу продукции	на выпуск	на единицу продукции	на выпуск		на единицу продукции	на 1 упаковку, руб.
Вариант №1	1500	27,44	41160	10	2,744	4116	30,18	45270	3,02	33,20	16,6
Вариант №2	4500	29,08	43620	10	2,908	4362	31,99	47985	3,20	35,19	17,6

Сравнивая технико-экономические показатели производства напитка «Снежок» по традиционной технологии (вариант №1), с продуктом с частичной заменой сахара на крахмальную патоку и сироп шиповника (вариант №2), можно сделать следующие выводы:

1. Затраты на сырьё при производстве «Снежка» по традиционной рецептуре меньше на 1,36 тыс. руб. на 1 тонну по сравнению со «Снежком» №2.

2. Себестоимость (затраты на производство и реализацию продукции) 1 тонны «Снежка» по традиционной рецептуре на 1,64 тыс. руб. меньше, чем по второй рецептуре.

3. От реализации 1 тонны «Снежка» по рецептуре №2 получаем прибыли на 0,164 тыс.руб. больше, чем прибыли на 1 тонну «Снежка» по первой рецептуре.

4. Отпускная цена одной упаковки (0,5 л) продукта варианта №1- 16,6 руб., а у обогащенного продукта (вариант №2) – 17,6 руб..

5. Определили точку безубыточности, т.е. объем продаж при которых и прибыль и убыток равны 0. Точка безубыточности кисломолочного напитка «Снежок» по традиционной рецептуре равна 937,76 тонн, кисломолочного напитка «Снежок» по разработанной рецептуре – 937,5 тонн, что меньше планируемого выпуска за год (1500т). Достижение безубыточности произойдет быстрее при производстве «Снежка» по второй рецептуре, т.к. точка безубыточности по этой рецептуре меньше, чем по первой рецептуре.

Производство кисломолочного напитка «Снежок» с заменой сахара на сироп шиповника и крахмальную патоку экономически и технологически целесообразно.

Литература:

1. Донская Г.А. Кисломолочные напитки с натуральными пищевыми добавками - основа здорового питания//Молочная река.-2013, №1. – С. 48-49.
2. Биологически активные добавки к пище. Полная энциклопедия/ Сост. Н. А. Натарова. – СПб.: ИД «ВЕСЬ», 2001. – 384 с., ил.
3. Маркетинговое исследование. Рынок кисломолочных продуктов. Апрель 2013. Итоги 2012 года. – Режим доступа: <http://marketing-i.ru/issledov/rynok-kislomolochnih-productov>.
4. Обогащение пищевых продуктов витаминами и минеральными веществами. Наука и технология [Текст] / В.Б. Спиричев, Л.Н. Шатнюк, В.М. Позняковский; под общ. ред. В.Б. Спиричева. – Новосибирск: Сиб. Унив. изд-во, 2004. – 548 с., ил.]
5. Польза кисломолочных продуктов. Значение кисломолочных продуктов в питании человека. – Режим доступа: <http://gnrcompany.ru/news>.
6. Химический состав российских пищевых продуктов: Справочник / Под ред. член-корр. МАИ, проф. И.М. Скурихина и академика РАМН, проф. В.А. Тутельяна. – М.: ДеЛи принт, 2002. 236 с.
7. Подпоринова Г.К., Верзилина Н.Д., Полянский К.К. Подсластители и сахарозаменители: технология получения стевииол-гликозидов. - Воронеж: ФГОУ ВПО ВГАУ, 2006. - 155 с.
8. Путырский, И.Н. Универсальная энциклопедия лекарственных растений / И.Н. Путырский, В.Н. Прохоров. – М.: Махаон, 2000. – 435 с.

9. Крахмальные сиропы: виды и свойства. – Режим доступа:
http://www.newchemistry.ru/printletter.php?n_id=6700

УДК 36.005(470.12)

М.Ю. Малинова, студентка 634 группы
А.В. Смирнов, к.т.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Анализ деятельности Департамента социальной защиты населения

Сегодня в России насчитывается около 30 миллионов детей, и практически все они в разной степени, в разных аспектах нуждаются в социальной защите. 600 тысяч российских детей - сироты. Из них 90 % - социальные сироты, то есть дети, лишенные родительского попечения при живых родителях. Ежегодно более 30 тысяч родителей решением судов лишаются родительских прав. Другие отказываются от своих детей, подкидывают их или просто бросают на произвол судьбы. 2 миллиона российских детей считаются беспризорными; они не учатся и не работают.[2]

Проблема наличия в обществе детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, актуализировала задачу осмысления социально-правовой защиты, обеспечивающей возможность оказания помощи таким детям.

Целью исследования является совершенствование социальной защиты детей.

Объектом исследования является Департамент социальной защиты населения Вологодской области.

Предметом исследования является социальная защита детей.

Направления деятельности Департамента социальной защиты населения.

Деятельность департамента социальной защиты населения области направлена на реализацию мер социальной поддержки, дальнейшее развитие социального обслуживания граждан, проживающих в Вологодской области.

Миссией Департамента социальной защиты населения Вологодской области является последовательное улучшение качества и уровня жизни населения области, снижение социального неравенства.

Целями деятельности Департамента является осуществление на территории Вологодской области в пределах своей компетенции единой государственной политики в сфере социальной защиты населения, включая вопросы уровня жизни и доходов населения, в том числе государственной поддержки семьи, материнства, отцовства и детства, женщин, пожилых граждан, ветеранов и инвалидов, лиц, уволенных с военной службы, и иных

категорий граждан, в соответствии с действующим законодательством, а также развитие системы социальных служб.

Основной задачей деятельности Департамента является реализация на территории Вологодской области полномочий:

1. В сфере социальной защиты населения, включая социальную поддержку и социальное обслуживание различных категорий граждан.

2. По организации и осуществлению опеки и попечительства над совершеннолетними гражданами.

3. По организации и обеспечению отдыха и оздоровления детей (за исключением организации отдыха детей в каникулярное время).

4. По предоставлению материальной и иной помощи для погребения.

Департамент социальной защиты населения Вологодской области несет ответственность за осуществление возложенных на него полномочий (функций) в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и Вологодской области.[1]

Стандарты социальной защиты детей.

Государственная политика социальной защиты детства осуществляется в соответствии со стандартами, установленными законодательством РФ:

- гарантированное общедоступное бесплатное начальное, основное и среднее (полное) общее образование, а на конкурсной основе — среднее и высшее профессиональное образование и воспитание в общеобразовательных учреждениях;

- бесплатное медицинское обслуживание детей, обеспечение их питанием в соответствии с минимальными нормами питания;

- гарантированное обеспечение детям по достижении ими возраста 15 лет права на профессиональную ориентацию, выбор сферы деятельности, трудоустройство, охрану и оплату труда;

- социальное обслуживание и социальная защита детей, в том числе гарантированная материальная поддержка путем выплаты государственных пособий гражданам, имеющим детей;

- социальная адаптация и социальная реабилитация детей, находящихся в трудной жизненной ситуации;

- право на жилище в соответствии с законодательством РФ;

- организация оздоровления и отдыха детей, в том числе детей, проживающих в экстремальных условиях, а также

- на территориях, неблагоприятных в экологическом отношении;

- организация квалифицированной юридической помощи.

Социальная защита детей предусматривает два уровня: первый - в повседневной обстановке, в обычной жизненной ситуации; второй - в чрезвычайной, нестандартной ситуации.[3]

Первый уровень социальной защиты связан, прежде всего, с защитой семьи, а также с защитой ребенка в сфере образования. Второй уровень -

чрезвычайный, связан с потерей родителей, с социальным сиротством, социальными и экологическими катастрофами.

Анализ деятельности Департамента социальной защиты населения.

В 2013 году социальное обслуживание семьи и детей области осуществляется в соответствии с утвержденными в 2012 году региональной Стратегией действий в интересах детей на 2012-2017 гг. и Планом 23 первоочередных мероприятий по ее реализации, направленных на улучшение положения семей и детей области.

В 2013 году специалистами учреждений оказано 822тыс. социальных услуг, которые получили 55,7 тыс. семей, находящихся в трудной жизненной ситуации (2012г. - 815,3 тыс. социальных услуг; 55,6 тыс. семей).

В 2013 году на особом контроле у специалистов сферы социального обслуживания семьи и детей 1112 семей (2146 детей), находящихся в социально опасном положении (2012 г. – 1128 семей и 2211 детей; в 2011 г. – 1296 семей и 2377 детей).

В 2013 году 790 детей из семей группы социального риска получили квалифицированные реабилитационные услуги в приютах и социально-реабилитационных центрах области (в 2012 году - 870 детей; в 2011 году - 896 детей; 2010 г.- 932 ребенка). 75% воспитанников специализированных учреждений после прохождения курса реабилитации возвращены в родные и замещающие семьи.

Основные усилия специалистов учреждений направлены на решение задачи по минимизации социального сиротства, внедрение современных социальных услуг, адекватных потребностям семей и детей, совершенствование системы общественного контроля в сфере обеспечения прав детей и защиты семей с детьми.

В настоящее время в Вологодской области на учете в органах социальной защиты населения состоит 4056 семей, в которых воспитывается 4161 ребенок-инвалид. Ежегодно социальные услуги получают около 3,5 тысяч семей, воспитывающих детей-инвалидов (86,4% от общего количества семей, воспитывающих детей-инвалидов), в том числе на социальном патронаже находятся 973 семьи (24,0 % от общего количества семей).[2]

Департаментом социальной защиты населения продолжена работа по обеспечению деятельности на территории области детского телефона доверия с единым общероссийским номером 8 800 2000 122. В 2013 году на детский телефон доверия поступило более 10 тысяч обращений (в 2012г. - 10635 обращений), всем обратившимся детям и родителям оказаны квалифицированные консультационные и психологические услуги.

Благодаря комплексному межведомственному подходу к решению проблем семей, находящихся в социально опасном положении, в среднем на 12% ежегодно снижается их количество (состоящих на учете в органах социальной защиты населения), в среднем на 3,5% снижается количество детей изъятых из семей, находящихся в социально опасном положении и

помещенных в специализированные учреждения для несовершеннолетних.[1]

Литература:

- 1 Доклад Департамента социальной защиты населения «О положении детей и семей, имеющих детей, в Российской Федерации»
- 2 Семья в России: Стат.сборник. М., Росстат, 2008 – 310с
- 3 Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 606 «О мерах по реализации демографической политики Российской Федерации»- Режим доступа: КонсультантПлюс.

УДК 634.1

Е.А. Петрачкова, студентка 653 группы
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Современное состояние ягодоводства в Вологодской области

Ягодоводство - важная отрасль сельского хозяйства, в задачу которой входит обеспечение населения высококачественной витаминной продукцией. Ягоды – незаменимый продукт питания; они способствуют профилактике заболеваний, обладают лечебными свойствами. Питательные и диетические достоинства ягод во многом определяются их химическим составом. В плодах и ягодах растворимые сухие вещества представлены главным образом сахарами (фруктоза, глюкоза, сахароза), органическими кислотами, водорастворимыми витаминами (аскорбиновая кислота, Р-активные вещества, лейкоактицианы), дубильными и красящими веществами, пектинами, минеральными солями. Ягоды используются как в свежем виде, так и в качестве сырья для консервной, винодельческой и других отраслей промышленности.

Современные методы переработки и ускоренное замораживание дают возможность практически полностью сохранить питательную ценность продукции и продлить период потребления. Таким образом, ягодоводство является одной из важнейших отраслей сельского хозяйства, прежде всего из-за высокой питательной ценности его продукции, поэтому ему отводится немаловажное место в продовольственной политике области.

Пищевые свойства и экономическая рентабельность ягодных культур неодинаковы, но все они необходимы как условие сбалансированного питания. Физиологическая норма потребления ягод на человека в год 30-40 кг. Фактически их потребляется в 5-6 раз меньше - 5-6 кг. Средняя урожайность плодовых культур в области 30-40 ц/га, что в 10 раз ниже реальных

возможностей. Качество продукции значительно ниже, чем у ведущих мировых производителей.

Поэтому удовлетворение спроса населения ягодной продукцией, путем увеличения объемов производства и улучшение их качества является актуальной темой на сегодняшний день.

Цель работы изучить состояние ягодоводства в Вологодской области и определить основные направления, способствующие увеличению производства ягод.

Задачи исследования:

- изучить основные факторы, влияющие на выращивание ягодных культур,
- провести анализ современного состояния производства ягод в Вологодской области,
- определить мероприятия по повышению объемов производства ягод.

Объектом исследования являются предприятия занимающиеся производством и переработкой ягод в Вологодской области.

Прямое влияние на условия произрастания и возделывания ягод оказывает природно-климатический фактор. Отличительными особенностями Вологодской области являются изменчивость погодного режима в течение всего года, кроме летнего периода, преобладание нечерноземных, малоплодородных почв. Вместе с тем краткость вегетационного периода обуславливают относительно невысокую урожайность ягодных культур, а высокие затраты на обеспечение их экономического оборота препятствуют широкому развитию крупных садоводческих хозяйств.

Относительно низкий уровень материально-технической базы (техника, хранилища, цехи переработки, транспортные средства, товарная обработка, тара) также оказывает непосредственное влияние на производство ягод.

Несовершенство существующей системы ведения ягодоводства (производство, товарная обработка, хранение, переработка, доведение продукции до потребителя и их взаимосвязь) не позволяет развиваться наиболее полно. Кроме того, ягоды представляют собой малотранспортабельную и скоропортящуюся продукцию.

Важным резервом развития ягодного подкомплекса и обеспечения населения ягодной продукцией являются дикорастущие ягоды. Например, Вологодская область обладает огромным потенциалом по развитию их заготовки и переработки. По данным лесоустройства, биологический запас дикорастущих ягод в области составляет 56 тыс. тонн, в том числе клюквы – 37, брусники – 11,2, черники – 7,8 тыс. тонн.

На территории Вологодской области существуют 2 наиболее крупных предприятия по переработке как дикорастущих, так и культурных ягод.

ООО «Вологодский комбинат пищевых продуктов леса» сегодня не только является лидером в регионе, но и занимает передовые позиции в масштабах России. Ассортимент предприятия насчитывает более 100 на-

именований продукции: варенье, джемы, конфитюры, протертые и дробленые ягодные смеси, начинки. Важнейшим фактором при производстве продукции является её натуральность и экологическая безопасность. Бережные технологии переработки позволяют сохранять все полезные свойства ягод, заложенные в них природой.

Еще одним крупным производителем ягод в области, правда, быстрозамороженных является компания «Вологодская ягода» - один из лидеров на российском и международном рынке заготовки и переработки всех сортов дикорастущих и садовых ягод. Основная задача компании «Вологодская Ягода» - выпуск качественных товаров, поэтому предприятия компании оснащены самым современным автоматизированным оборудованием, используют при производстве передовые технологии и работают только с лучшими поставщиками сырья для производства и упаковки, как в России, так и за рубежом. «Вологодская ягода» впервые в России стала использовать новейшие технологии переработки, разработанные российскими и зарубежными специалистами. Производит продажу замороженных ягод: брусники, черники, клюквы, смородины и других.

В Усть-Кубинском районе идет строительство уникального производства «Вологодская ягода» (филиал). В связи с будущим появлением предприятия «Вологодская ягода» Вологодская область может стать мировым лидером по производству дикорастущих ягод. Данный проект переработки ягод будет в Российской Федерации впервые. Комбинат будет работать на современном оборудовании.

Это позволит не только чистить и замораживать ягоды, но и обрабатывать их. Завершение строительства комбината намечено на середину 2015 года. В него будут входить агропромышленный комплекс по их выращиванию, собственно комбинат по переработке, тепличное хозяйство площадью в 10 га. Общая площадь обрабатываемых земель составит 1,5 тыс. гектаров, а мощность самого комбината – 100 тыс. тонн продукции в год. Количество новых рабочих мест – более 400.

Производство свежих культурных ягод в северных регионах страны практически сосредоточено на дачных и приусадебных участках населения.

Развитие современного ягодоводства в Вологодской области началось в 1927 г. с создания опорного пункта Всесоюзного института прикладной ботаники и новых культур, который в 1932 г. был преобразован в Никольский плодово-ягодный опорный пункт в составе НИИ им. И.В. Мичурина, а впоследствии (декабрь 1956 г.) – передан в подчинение Вологодской государственной сельскохозяйственной опытной станции. На Никольском опорном пункте (просуществовал до 1974 г.) был выведен ряд сортов земляники, смородины, крыжовника и т.п. В 1972 г. Вологодский опорный пункт был открыт в поселке Майский Вологодского района.

За время функционирования опорного пункта в результате изучения и выделения перспективных сортов происходила (и происходит) смена сор-

тимента, внедрялись более продуктивные и урожайные сорта, была создана и апробирована система возделывания маточников ягодных и плодовых культур и товарных плантаций в хозяйстве.

В настоящее время СХПК «Племзавод Майский», являясь самым большим плодопитомником на Северо-Западе, внедряет новые передовые технологии, активно сотрудничает с НИИ садоводства Нечерноземной зоны. На базе хозяйства функционируют Вологодский госсортоучасток ягодных культур и Вологодский опорный пункт по садоводству Всероссийского селекционно-технологического института садоводства и питомниководства (ГНУ ВСТИСП). На основе многолетних результатов сортоизучения производится размножение и внедрение новых сортов. В хозяйстве выращивается более 1000 сортов ягодных и других культур.

Основное производство таких ягодных культур, как земляника и черная смородина, сосредоточено в СХПК «Племзавод Майский». В отдельные годы племзавод занимался также выращиванием малины, облепихи, жимолости, черноплодной рябины, крыжовника. Вместе с тем их доля в общем объеме производства ягод составляет около 0,1%.

Цехом садоводства СХПК «Племзавод Майский» выращивается и реализуется в свободной продаже ягоды земляники садовой больше 80 тонн ежегодно, смородины 70 тонн. Реализация ягод начинается с конца июня до середины июля.

Таблица 1 - Объем реализации ягод в СХПК «Племзавод Майский», кг

Ягода	Годы							
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 г. к 2006 г.
Земляника	91504	64094	85126	78933	125195	63526	86737	94,8
Смородина черная	66499	12631	86091	37442	56447	38294	60112	90,39
Малина	77	44	32	111	236	27	49	63

В СХПК «Племзавод Майский» за период с 2006 по 2012 год объем реализации земляники и черной смородины (табл. 1) незначительно увеличились. В 2012 г. хозяйством было реализовано 86,7 т земляники и 50,1 т черной смородины. Объемы реализации других ягодных культур крайне малы.

Об экономической эффективности выращивания ягодных культур позволяют судить показатели рентабельности, уровень которой, за исключением рентабельности черной смородины, достаточно высок (табл. 2). В отдельные годы рентабельность производства земляники превышала 200%, а малины – достигала 140%

Таблица 2- Уровень рентабельности ягодной продукции в СХПК «Племзавод Майский»

Ягода	Годы						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Земляника	45,8	207,4	62	204,2	76,5	124,3	148,5
Смородина	-6,9	86,3	-1,5	144,8	-28	6,3	2,8
Малина	129	144,2	84,6	88	130,2	87,2	-

Наибольшим спросом у населения пользуется земляника. Поэтому увеличение объемов производства и реализации является перспективной стратегией для предприятия, что позволит развиваться хозяйству и обеспечит граждан необходимым количеством ягоды.

Для достижения высоких результатов необходимо проведение следующих мероприятий:

- улучшение сортового состава насаждений, использование зимостойких и высокоурожайных сортов;
- увеличение доз удобрений и использование внекорневых подкормок;
- применение нетканого материала Агротекс;
- осуществление орошения с помощью дождевальной установки барабанного типа УД-2500.
- замена ручного сбора ягод механизированным, с использованием уборочного комбайна РК-5.

Осуществление всех мероприятий позволит увеличить урожайность земляники на 30 % и валовой сбор на 360,2 ц, что позволит повысить эффективность производства ягод.

Таким образом, успешное, высокоэффективное производство ягод, позволяющее полностью удовлетворить потребности населения, возможно лишь посредством возрождения и развития промышленного производства ягод в специализированных хозяйствах, при максимальной оптимизации целостной системы взаимосвязанных факторов, влияющих на эффективность производства.

Литература:

1.Князев С.Д., Шейкина Т.В. Ягодководство в России - состояние и перспективы развития // Состояние и перспективы развития ягодководства в России. Орел: Изд-во ВНИИСПК, 2006.-С.3-11.

2. Селин, М.В. Состояние и тенденции развития плодово-ягодного рынка в северо-западных регионах России / М.В. Селин, В.С. Усков // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – №2. – С. 95-103.

3. www.severinfo.ru

УДК 331.5 (470.12)

А.Н. Петрова, студентка 631 группы
С.П. Осмоловская, к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Трудоустройство в Вологодской области: проблемы и перспективы

Проблема трудоустройства достаточно остро стоит в условиях развития современной рыночной экономики, поскольку уровень занятости и уровень безработицы являются одними из важнейших показателей социально-экономического развития региона и страны в целом. Этот факт доказывает актуальность и необходимость рассмотрения данной темы.

Целью данного исследования является выявление проблем трудоустройства в Вологодской области и пути их решения.

Для ее достижения необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить специфику проблемы трудоустройства в Вологодской области
2. Проанализировать статистические данные Департамента труда и занятости населения Вологодской области
3. Определить пути решения проблемы трудоустройства в Вологодской области.

Объектом исследования является проблема трудоустройства в Вологодской области.

В работе использовались следующие методы: статистические сбор и обработка информации, индукция и дедукция, сравнение, теоретический анализ, обобщение, логика.

Основной целью государственной политики занятости становится формирование благоприятных условий для занятости населения и обеспечения предприятий рабочей силой через экономическую стабилизацию, повышение качества и конкурентоспособности рабочей силы, действия государственных органов по вопросам занятости.

В настоящее время все население, независимо от возраста и социального положения, столкнулось с проблемой трудоустройства. Решить ее отдельному члену общества в одиночку невозможно, поэтому на помощь приходят разнообразные службы по трудоустройству, биржи труда, кадровые агентства. В Вологодской области насчитывается порядка 30 центров занятости, расположенных в разных районах, которые помогают гражданам трудоустроиться.

Департамент труда и занятости населения Вологодской области проводит прогнозирование потребности экономики региона в трудовых ресурсах и предложения трудовых ресурсов. Данный анализ проводится как на

долгосрочный, так и на краткосрочный период. Его результаты публикуются на официальном сайте соответствующего учреждения, доступ к которым может получить любой желающий.

В настоящее время в Вологодской области положение на рынке труда достаточно напряженное, о чем позволяют сделать вывод следующие данные.

На 1 февраля 2014 года в Департаменте труда и занятости населения Вологодской области зарегистрировано 10361 человек, обратившихся в службу занятости населения за содействием в поиске подходящей работы, из них 10099 человека составляют граждане, не занятые трудовой деятельностью. Численность граждан, признанных безработными в установленном порядке – 8 523 человека, из них получают пособие 7467 безработных граждан. Уровень регистрируемой безработицы по области – 1,3%. При этом заявленная работодателями потребность в работниках составляет 8394 человека.

Сравнивая данные показатели с показателями на конец декабря 2013 года, видно, что численность граждан, состоявших на регистрационном учете, увеличилась на 704 человека, а общее количество безработных увеличилось на 221 человека. Все это говорит о росте потребности области в трудовых ресурсах и, в свою очередь, усугублении ситуации на рынке труда.

Ежемесячно Департамент труда и занятости населения Вологодской области проводит мониторинг ситуации на рынке труда, который проводился 25 февраля 2014 года. По его итогам были сделаны определенные выводы:

1. Работодателями заявлено 9678 вакансий.
2. С начала года в центры занятости населения за получением государственной услуги в поиске подходящей работы обратились 4872 человека.
3. Центрами занятости населения в период с 9 января по 25 февраля текущего года трудоустроено 1966 обратившихся граждан.
4. Численность безработных граждан в городе Вологда составила 1360 человек, уровень регистрируемой безработицы – 0,8%.
5. В городе Череповец и Череповецком районе численность безработных граждан, состоящих на регистрационном учете, - 2303 человека, уровень регистрируемой безработицы – 1,2%.
6. В муниципальных районах Вологодской области зарегистрировано 5142 безработных гражданина.

По состоянию на 25 февраля в Вологодской области уровень регистрируемой безработицы составляет 1,38% (для сравнения: уровень регистрируемой безработицы в аналогичном периоде 2013 года составлял 1,4%).

[4]

Наличие свободных рабочих мест является одним из определяющих факторов, которые влияют на решение проблемы занятости населения. Согласно Стратегии социально-экономического развития Вологодской области до 2020 года, в области наблюдается общемировая и общероссийская тенденция к сокращению занятых в реальном секторе экономики и увеличению занятых в сфере услуг и торговли (государственное управление и услуги). Так, например, к 2013 году 41,7% или 252,4 тысяч человек занятого населения работало в реальном секторе экономики.

Что касается потребности в трудовых ресурсах в Вологодской области, то здесь реальный сектор экономики отражает тенденции к сокращению потребности в трудовых ресурсах в большинстве видов экономической деятельности. Это связано с сокращением объемов производства, опережающим ростом производительности труда над ростом объемов производства. Наименьшая потребность в кадрах наблюдается в сельском хозяйстве, рыболовстве и текстильном и швейном производстве. Потребность в работниках по добыче полезных ископаемых, в производстве пищевых продуктов возрастает.

В сфере услуг и торговли четыре из девяти видов экономической деятельности отражают тенденцию к росту потребности экономики в трудовых ресурсах по причине роста объемов оказываемых услуг. По пяти из девяти видов экономической деятельности сферы услуг наблюдается тенденция к снижению потребности в трудовых ресурсах. Следует отметить, что данные виды экономической деятельности являются «государственными», кроме финансовой деятельности, таким образом, данная тенденция отражает общую тенденцию к сокращению уровня влияния государства на экономику, в том числе в сфере социальных услуг.

Ситуацию, касающуюся спроса и предложения трудовых ресурсов, можно проследить по графику на рис. 1.

По данному графику, мы видим, что с каждым годом количество трудовых ресурсов Вологодской области уменьшается, а потребность экономики в трудовых ресурсах наоборот, увеличивается. То есть предложение на рынке труда опережает спрос. А значит нужно незамедлительно принимать меры по стабилизации рынка труда. [6]

Решение проблемы занятости в стране возложено на государство, которое проводит определенную политику. Согласно «Закону о занятости населения Российской Федерации» в государстве проводится работа в следующих направлениях:

1. содействие в трудоустройстве, которое проводится посредством применения дополнительных мер социальной защиты: создание социальных рабочих мест, организации молодежной практики, клубов поиска работы, проведения ярмарок вакансий;

2. профессиональная подготовка, переподготовка, повышение квалификации;

3. организация общественных работ и оплата труда безработных, занятых на общественных работах; [1]

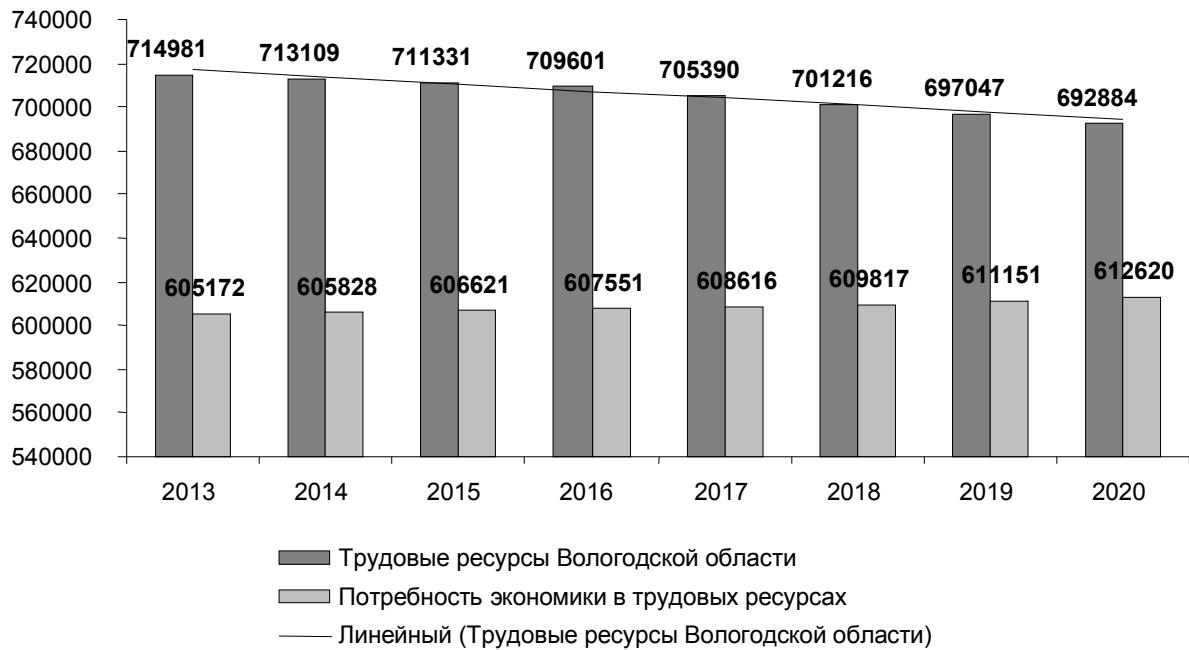


Рис. 1. Прогноз спроса и предложения трудовых ресурсов

Основной формой реализации политики занятости на всех уровнях управления являются федеральные, региональные и местные программы. [2]

В настоящее время Правительством Вологодской области исполняется программа «Содействия занятости населения, улучшение условий и охраны труда в Вологодской области на 2014-2018 годы». Целью данной программы является создание условий развития эффективного рынка труда и обеспечение государственных гарантий по содействию реализации прав граждан на полную, продуктивную и свободно избранную занятость и защиту от безработицы. [5]

Также на Вологодчине реализуется ведомственная целевая программа дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на областном рынке труда в 2013-2015 годах. Она предусматривает трудоустройство инвалидов на специально оборудованные (оснащенные) рабочие места. В частности, в 2013 году создано 136 таких рабочих мест. Инвалидам предоставлена работа в ЖКХ, в оптовой и розничной торговле, в сфере строительства и сельского хозяйства. В ближайшие два года в регионе планируется создать еще более 400 оснащенных рабочих мест для граждан с ограниченными возможностями. [3]

Таким образом, проблема занятости является одной из важнейших социально-экономических проблем современности. Правительством области проводится активная политика, направленная на ее решение.

Литература:

1. Закон РФ от 19 апреля 1991 г. N 1032-1 "О занятости населения в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями).
2. Никифорова, А.А. Рынок труда: занятость и безработица – М.: Издательство «Экономика», 2004, - 264с.
3. Официальный портал Правительства Вологодской области. Web: <http://vologda-oblast.ru/>
4. Официальный сайт Департамента труда и занятости населения Вологодской области. Web: <http://www.depzan.info/>
5. Постановление Правительства Вологодской области О государственной программе «Содействие занятости населения, улучшение условий и охраны труда в Вологодской области на 2014-2018 годы».
6. Сводный прогноз занятости населения и потребности экономики области в трудовых ресурсах по видам экономической деятельности по области и в разрезе муниципальных районов и городских округов на среднесрочный и долгосрочный период.

УДК 63(477.75)

Н.А. Петряшова, студентка 634 группы

Н.В. Фатеева, старший преподаватель кафедры экономики и организации ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Развитие агропромышленного комплекса Республики Крым

В связи с включением Республики Крым и города федерального значения Севастополя в состав РФ 11 апреля 2014 года, следует рассмотреть современное экономическое состояние АПК Крымской республики, а также потенциал его развития.

Цель написания данной статьи состоит в анализе агропромышленного комплекса Крыма, его преимуществах, проблемах и путях решения этих проблем.

Существенным фактором региональной конкурентоспособности крымской экономики является естественно-культурный комплекс Крыма: уникальное географическое положение (длина береговой линии составляет 1120 км, из них пляжи - 517 км), разнообразный ландшафт, благоприятный климат, богатство природного потенциала (Черное и Азовское моря, водные, лесные ресурсы), историко-культурный потенциал (общее количество

архитектурно-исторических и культурных памятников в Крыму составляет около 11500 объектов), рекреационный потенциал (100 месторождений минеральных вод, 22 месторождения лечебных грязей).

В структуре валовой добавленной стоимости в республике Крым доля услуг составляет больше половины - 65,9 %, на производственную сферу приходится 34,1 % (промышленность – 18,4 %, *сельское хозяйство* - 8,7 %, строительство - 6,5 %, рыбное хозяйство - 0,5 %). При этом структура предприятий аграрного сектора образуется хозяйствами населения (55,6 %) и сельскохозяйственными предприятиями (44,4 %).

Общая площадь сельскохозяйственных угодий составляет более 1800 тыс. га, в том числе пашня – около 1300 тыс. га. Основными сельскохозяйственными районами республики являются Джанкойский, Первомайский, Красногвардейский, Сакский, Кировский и Симферопольский. Климатические условия Крыма позволяют выращивать на его территории большинство сельскохозяйственных культур умеренного пояса и некоторые субтропические культуры.[1]

АПК Крыма формировало приблизительно 10% валовой продукции сельского хозяйства Украины при удельном весе сельхозугодий 4,2%. Ведущей отраслью АПК является сельское хозяйство, на которое приходится около 30-35% национального дохода Крыма. Структуру продукции сельского хозяйства АПК в равной степени формируют продукция растениеводства (50,1 %) и животноводства (49,9 %).

Растениеводство представлено производством зерна, кормовых культур, технических, эфиромасленичных, овощеводством, виноградоводством и садоводством.

Республика, являвшаяся главным регионом Украины по производству винограда, известна именно его техническими сортами, используемыми для изготовления высококачественных вин, коньяков и соков. В среднем в год производится около 120 тыс. тонн винограда и вырабатывается 14-16 млн. дал виноматериалов. Экспорт винодельческой продукции осуществляется в десятки стран мира. К наиболее крупным центрам виноделия относят Массандру и Завод шампанских вин в Новом Свете.

Массандра - исторический центр винодельческой промышленности Крыма. В посёлке расположен головной завод производственно-аграрного объединения «Массандра», вырабатывающий марочные десертные и крепкие вина, многие из которых на международных конкурсах и выставках отмечены золотыми медалями. В Массандре не только производят вина, но и выращивают разнообразные виды виноградной лозы. На тридцати с лишним гектарах виноградников зреют около двух тысяч сортов винограда испанские, итальянские, французские лозы встречаются здесь с турецкими, кавказскими и туркестанскими. На крупных склонах, почти до самого моря, тянутся виноградники. Здесь – колыбель высококачественного виноде-

лия. Заводы комбината «Массандра», расположенные на побережье от Фороса до Судака, - основные производители уникальных марочных вин.

В посёлке Новый Свет, на берегу Зелёной бухты находится завод шампанских вин «Новый Свет». В 1878г. Лев Сергеевич Голицын - основоположник промышленного шампанского виноделия - приобрёл имение в Новом Свете. Провёл туда дорогу, построил винодельческие подвалы. В результате упорного многолетнего труда был построен первый в России завод по производству игристых шампанских вин. В 1900 г. отечественное шампанское, произведённое в подвалах Нового Света, на Всемирной дегустации вин в Париже впервые в истории России получает высшую награду – Кубок Гран-при. Коллекционные вина имеют золотые и серебряные награды и известны во всём мире, часть продукции идёт на экспорт. Новосветское шампанское является визитной карточкой Крыма.

Следует заметить, что данные отрасли на сегодняшний день являются крайне прибыльными и постоянно растущими. Так за 10 месяцев 2013 года произведено вина виноградного 3,6 млн. дал, что на 0,7% выше уровня аналогичного периода 2012 года. Производство шампанского увеличилось на 41,6%, вина игристого – на 40%, коньяка – на 34,9%, что во многом обусловлено финансовой поддержкой по стимулированию предприятий – производителей подакцизных товаров в Крыму. Так, «Крымская водочная компания» - один из ее получателей - нарастила производство водки в октябре на 7,2%, Основные производители, на долю которых приходится 80% всей винодельческой продукции – «Массандра» (26%), «Евпаторийский завод классических вин» (16%), «Евпаторийский винзавод»(15%), «Крымский Винный Дом» (10%). [4]

Отметим основные проблемы аграрного сектора Крыма, требующие решения:

- *неэффективное использование орошаемых земель* вследствие изношенности основных мелиоративных фондов, сокращение парка оросительной техники, несоблюдение научно обоснованных севооборотов и режимов орошения, недостаточное применение органических и минеральных удобрений;

- *сокращение производства в виноградарстве, плодоводстве, овощеводстве, эфиромасличном производстве* вследствие сокращения урожайности, площадей садов, виноградников, посевов и плантаций эфиромасличных культур, что создает угрозу обеспечению ранними овощами и фруктами населения;

- *преобладание в производстве сельскохозяйственной продукции вклада хозяйств населения*, которые являются малыми по размерам, имеют ограниченные материально-технические ресурсы, базируются большей частью на ручном труде и не могут использовать современные агротехнологии. В структуре посевных площадей основных видов сельскохозяйственных культур преобладают посевные площади зерновых и зернобобовых

(77,8 %). В структуре растениеводства преобладает производство зерновых культур (61,97 %), картофеля (15,31 %) и овощей (14,85 %). Из общего объема производства зерновых культур 86 % производится сельскохозяйственными предприятиями, из общего объема производства картофеля и овощей 93 % и 92 % соответственно производится хозяйствами населения;

- *ухудшение материально-технического обеспечения сельского хозяйства*, что приводит к изношенности основных фондов, увеличению доли ручного труда и обуславливает снижение эффективности производства, отсутствие современных энерго- и ресурсосберегающих технологий производства и переработки сельскохозяйственной продукции;

- *низкий уровень развития селекции и семеноводства*, что приводит к исчезновению районированных сортов сельскохозяйственных культур и необходимости их ввоза из-за рубежа;

- *сокращение поголовья сельскохозяйственных животных и производства животноводческой продукции*, в частности дефицит молочной продукции, чрезмерное преобладание в структуре производства мяса доли мяса птицы, что создает деформации в продовольственном обеспечении населения и требует ввоза значительных объемов мяса из-за пределов республики и из-за рубежа. В общей структуре поголовья скота и птицы преобладает поголовье птицы (11405,3 тыс. голов по состоянию на 1 января 2010 года), наименьшую долю составляет крупный рогатый скот (176,1 тыс. голов по состоянию на 1 января 2010 года). При этом 79,1 % (139,3 тыс. голов) общего поголовья крупного рогатого скота выращивается хозяйствами населения, 55,38 % (6316,7 тыс. голов) общего поголовья птицы – в сельскохозяйственных предприятиях. В общей структуре производства продукции животноводства 57,99 % общего производства мяса и 51,20 % общего производства яиц осуществляются сельскохозяйственными предприятиями, 89,98 % общего производства молока и 87,78 % общего производства шерсти – хозяйствами населения;

- *затруднение доступа сельскохозяйственной продукции на рынки сбыта, ее чрезмерные потери* из-за слабого развития производственной, рыночной, транспортной инфраструктуры;

- *низкий уровень развития социальной инфраструктуры в сельской местности*, что обуславливает низкий уровень жизни в селе, ухудшение демографической ситуации и отток трудоспособного населения в города. В сельскохозяйственных регионах, ввиду сокращения сельскохозяйственных работ, высокие уровни безработицы зарегистрированы в Раздольненском, Ленинском, Черноморском, Кировском, Первомайском, Советском районах – от 2,98% до 1,43% (при среднем по республике – 1,1%);

- *производство электроэнергии* – настоящая «ахиллесова пята» всей республики. Собственные генерирующие мощности Крыма, а это Камыш-Бурунская, Симферопольская и Сакская ТЭЦ, ветровые и солнечные стан-

ции вырабатывают только 20 % потребности полуострова в электроэнергии.[2]

Актуальный жизненный вопрос это *обеспечение Крыма водой*. Основная проблема с обеспечением Крыма водой проистекает из-за почти полной – на 85% – зависимости полуострова от водоснабжения через Северо-Крымский канал, по которому подается вода из Каховского водохранилища. Северокрымский канал – сложное и дорогостоящее техническое сооружение советского периода, для обслуживания которого требуется большая сумма денег. Ограничение поставок днепровской воды по Северо-Крымскому каналу, введенное Украиной, может привести к гибели урожая в Крыму на площади до 120 тысяч гектаров, в орошении нуждается половина виноградников Крыма, порядка 30 тысяч гектаров риса и часть садов. «Мы теряем в этом году орошаемые культуры. Может быть, не все 100%, но большую часть. По нашим расчётам, это потеря, если выручку считать, если там нулевой выход будет, может быть до 5 млрд рублей», - цитирует РИА Новости министра сельского хозяйства Николая Федорова.

В будущем через Керченский пролив планируется перебросить водовод, но он сможет войти в строй в лучшем случае лишь через два-три года. «Частично мы можем к следующему году проблему закрыть, но года 2-3 понадобится, чтобы на 100% закрыть эту тему», - сказал Федоров. Кроме того, исследуются запасы подземных вод в Крыму (в советское время была проведена разведка, однако эти данные необходимо актуализировать) и рассматривается вариант опреснения морской воды, однако этот проект является слишком затратным.

Затраты на финансирование государственных агропромышленных учреждений Крыма в 2014 году могут составить 2 млрд рублей, заявил Федоров, отметив, что до вхождения полуострова в состав России украинские власти выделяли лишь 20-30% необходимых для поддержки сельского хозяйства региона средств.[3]

Таким образом, для решения приведенных выше проблем, следует провести следующие мероприятия:

- внедрить системные меры по экологизации, интенсификации и рациональному использованию земельных, водных, лесных ресурсов, задействованных в сельскохозяйственном производстве;
- увеличить площади орошаемых земель, восстановить орошаемые земли, которые на протяжении определенного времени не обрабатывались;
- необходимо использование альтернативных источников энергии, строительство ветроэлектростанций в Крыму и другие мероприятия.

В данной статье был проведен анализ АПК Республики Крым и его отдельных отраслей. В результате анализа было определено, что на сегодняшний день сельское хозяйство республики находится в кризисном состоянии, однако имеет определенную стратегию на дальнейшее развитие и совершенствование. Таким образом, можно сделать вывод, что вхождение

Республики Крым и города-героя Севастополь в состав Российской Федерации позитивно скажется на состоянии экономики региона уже в краткосрочной перспективе. Уникальные природно-климатические особенности, возможности развития курортно-рекреационной отрасли, сельскохозяйственного производства и переработки целиком окупят те затраты, которые Россия понесет при восстановлении энергетической и транспортной инфраструктуры полуострова.

Литература:

1. Географическое краеведение. Учебное пособие/ Григоренко А.Л., Григоренко Л.В. Пособие одобрено Научно-методическим советом КРИП-ПО протокол № 8 от 16.11.2005г.
2. Стратегия экономического и социального развития автономной республики Крым на 2011-2020 годы. <http://zakon2.rada.gov.ua>3. Федоров Н.В. Крым потеряет 5-миллиардный урожай из-за ограничения Украиной поставок воды <http://www.mk.ru/economics>4. Экономика Крыма. Научно-практический журнал, № 3 (32) 2010

УДК 353

*А.В. Стулова, А.С. Хухрина, студентки 641 группы
С.П. Осмоловская, к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В.Верещагина*

Государственная поддержка начинающих сельхозтоваропроизводителей Вологодской области

Сельское хозяйство является структурным звеном агропромышленного комплекса Вологодской области, где производится жизненно важная для общества продукция, и сосредоточен значительный экономический потенциал. В сельском хозяйстве создается около 4% валового регионального продукта и задействовано 5% от общей численности населения занятого в экономике области. Вместе с тем, использование этого экономического потенциала остается низким.

Так, в период с 2000 по 2012 гг., и особенно в период мирового финансового кризиса, наблюдались следующие тенденции: уменьшение доли сельского хозяйства в валовой добавленной стоимости, сокращение посевных площадей, поголовья скота и закупок сельскохозяйственной техники.

В условиях преодоления последствий экономического кризиса одним из основных приоритетов экономической политики региона является государственная поддержка.

Таблица 1 - Показатели развития сельского хозяйства Вологодской области в 2000-2012 годах

Наименование показателей	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012г. к 2000 г., %
Доля сельского хозяйства в валовой добавленной стоимости, %	8,1	7,5	5,8	4,4	3,9	-4,2 п.п.
Посевная площадь в хозяйствах всех категорий, тыс. га	686,1	541,6	451,8	445,9	428,8	57,6
Поголовье крупного рогатого скота, тыс. голов	317,0	233,1	197	185	179	52,7
Коэффициент ликвидации тракторов	7,0	7,8	5,4	5,4	8,1	115,7

В Вологодской области объем бюджетных средств, направляемых на развитие сельского хозяйства, сократился почти на 30%. Что касается структуры источников финансирования, то с 2009 по 2013 гг. на 83,7% выросла доля федеральных средств, а удельный вес источников консолидированного бюджета, напротив, сократился почти на 60% (табл. 2).

Таблица 2 - Структура источников финансирования сельского хозяйства Вологодской области в 2009-2013 гг.

Структура	2009 г.		2010 г.		2011 г.		2012 г.		2013 г.		Темп роста за период, %
	Млн. руб.	В % к итогу	Млн. руб.	В % к итогу	Млн. руб.	В % к итогу	Млн. руб.	В % к итогу	Млн. руб.	В % к итогу	
Объем финансирования сельского хозяйства, всего, в том числе:	3532,1	100	2491,6	100	31059	100	2849	100	2501,5	100	70,8
- из консолидированного бюджета области	7778,7	78,7	1697,7	68,1	21065	67,5	1680,0	59	1117,7	44,7	14,37
- из федерального бюджета	753,4	21,3	793,9	31,9	994,5	32,5	1170,0	41,0	1383,8	55,3	40,2

В 1 квартале 2013 года произошла задержка финансирования из областного бюджета, что отрицательно повлияло на финансовое положение сельхозтоваропроизводителей. Кроме того, в 2013 году в области наблюдалась стагнация кредитной политики (табл. 3)

В результате данной кредитной политики в области были приостановлены начатые ранее инвестиционные проекты в молочном скотоводстве и других отраслях сельского хозяйства.

Таблица 3 – Кредитная политика в Вологодской области в 2011-2013гг. в сфере сельского хозяйства

Наименование	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2013г. к 2011г., %
Кредитные ресурсы в сельское хозяйство, млрд. руб.	11,3	10,3	4	35,4

В настоящее время большое внимание уделяется разработке новых механизмов оказания государственной поддержки малым формам хозяйствования на селе. С 2013 года государственная поддержка сельхозтоваропроизводителям области предоставляется в рамках государственной программы «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013-2020 годы», в состав которой входит подпрограмма "Поддержка начинающих фермеров в Вологодской области на 2013-2020 годы"

Данная подпрограмма предусматривает предоставление грантов на создание и развитие крестьянских (фермерских) хозяйств и единовременной помощи на бытовое обустройство начинающих фермеров на условиях софинансирования собственными средствами фермера не менее 10% расходов.

Максимальный размер гранта составляет 1500 тыс. рублей, единовременной помощи – 250 тыс. рублей.

Гранты на создание и развитие крестьянского (фермерского) хозяйства предоставляются на:

- приобретение земельных участков из земель сельскохозяйственного назначения;
- приобретение, строительство, ремонт и переустройство производственных и складских зданий, помещений, пристроек, инженерных сетей, заграждений и сооружений, необходимых для производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции, а также их регистрацию;
- строительство дорог и подъездов к производственным и складским объектам, необходимым для производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции;
- подключение производственных и складских зданий, помещений, пристроек и сооружений, необходимых для производства, хранения и переработки сельскохозяйственной продукции, к инженерным сетям – электрическим, водо-, газо- и теплопроводным сетям, дорожной инфраструктуре;
- приобретение сельскохозяйственных животных;
- приобретение сельскохозяйственной техники и инвентаря, грузового автомобильного транспорта, оборудования для производства и переработки сельскохозяйственной продукции;
- приобретение семян и посадочного материала для закладки многолетних насаждений;

- приобретение удобрений и ядохимикатов.

Для участия в конкурсе подпрограммы "Поддержка начинающих фермеров в Вологодской области" предприниматель должен быть зарегистрирован на территории Вологодской области в качестве ИП главы КФХ не более 24 месяцев до дня подачи заявки. Также не должен осуществлять предпринимательскую деятельность в качестве индивидуального предпринимателя без образования юридического лица и (или) являться учредителем коммерческой организации в течение последних трех лет до дня подачи заявки.

На территории Вологодской области проходит форум «Ты – предприниматель», целью которого является развитие молодежного предпринимательства.

Конкурс направлен на оказание финансовой поддержки лучшим участникам программы, в реализации бизнес проектов и создании субъектов молодежного предпринимательства. На конкурсе, участник защищает свой проект перед экспертной комиссией. Экспертная комиссия сформирована из действующих предпринимателей, собственников коммерческих предприятий и представителей правительства Вологодской области.

Участник конкурса может претендовать на поддержку в сумме до 300000 рублей.

Распределение господдержки в АПК не учитывает степени окупаемости вкладываемых средств, т.е. уровень поддержки не связан с эффективностью хозяйственной деятельности предприятий, которые получают бюджетную помощь. Система государственной поддержки АПК региона должна быть выстроена таким образом, чтобы поощрять наиболее эффективные производства и обеспечивать сельскохозяйственным товаропроизводителям стабильные доходы для устойчивой хозяйственной деятельности и расширенного воспроизводства. При этом объемы государственной поддержки необходимо тесно увязывать с другими направлениями государственного регулирования – ценообразованием, кредитной политикой, страхованием. Бюджетная поддержка как действенный рычаг государственного регулирования позволит обеспечить устойчивость сельскохозяйственного производства и продовольственную безопасность региона, что приведет к формированию конкурентоспособного агропромышленного комплекса региона.

Литература:

1. Постановление правительства вологодской области от 19 марта 2013 г. N 278 о реализации подпрограммы "поддержка начинающих фермеров в вологодской области на 2013 - 2020 годы" государственной программы "развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка вологодской области на 2013 - 2020 годы"

2. Пушкова Н.Е. К вопросу об оценке эффективности государственной поддержки региона // Современные научные исследования и иннова-

ции. – Ноябрь 2012. - № 11 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/11/18199>

3. <http://molpred35.ru/>

4. <http://vologda-oblast.ru/>

5. http://vologdastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/vologdastat/ru/

6. Официальный сайт Департамента сельского хозяйства, продовольственных ресурсов и торговли Вологодской области <http://vologda-agro.ru/gprogramms>

УДК 338.4

Е.Н. Хребтова, студентка 634 группы

Е.С. Вайс, доцент кафедры экономики и организации

ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Развитие, проблемы и поддержка АПК в России и Вологодской области

В 2006 году в России было начато осуществление национального проекта «Развитие АПК». Этот проект направлен на приоритетное развитие животноводства, преодоление демографического кризиса в отрасли, на борьбу с бедностью, создание современного конкурентоспособного сельхозпроизводства, а также на стимулирование развития малых форм агробизнеса.

В 2008 году объём расходов федерального бюджета России на сельское хозяйство составил 138,3 млрд рублей. Удельный вес сельского хозяйства в расходной части федерального бюджета увеличился с 0,7 % в 2005 году до 1,97 % в 2008 году.

В марте 2010 года главы аграрных министерств Бразилии, России, Индии и Китая (БРИК) подписали декларацию о сотрудничестве, которая подразумевает реализацию четырёх направлений многостороннего сотрудничества: в частности, увеличение взаимного сельхозтоварооборота между странами, с созданием сельскохозяйственной информационной базы стран БРИК. Мировой рынок зависит от поставок зерна из России (рис. 1)[1].



Рис.1 Мировой рынок зависит от поставок зерна из России

По мнению аналитиков европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), мировой продовольственный рынок становится более зависимым от поставок из Черноморского региона – России, Украины и Казахстана. Казахстан находится на большом расстоянии от берегов Черного моря, но, тем не менее, активно использует экспортные черноморские терминалы.

Аналитики банка считают, что у России, Украины и Казахстана «есть потенциал, чтобы обеспечить более половины мирового экспорта зерна, тем самым способствуя продовольственной безопасности в мире. В частности, они смогут в полной мере удовлетворить потребности стран-импортеров в южной и восточной части Средиземного моря».[2]

Минэкономразвития РФ сформулировало цели вступления России в ВТО:

- Возможность улучшения доступа сельскохозяйственной продукции на мировой рынок;
- Получение недискриминационных условий для доступа российских товаров и услуг на зарубежные рынки;
- Доступ к международному механизму разрешения торговых споров;
- Создание более благоприятного климата для инвестиций в результате приведения законодательства в соответствие с нормами международного права;
- Расширение возможностей для российских инвестиций в странах-участницах ВТО, в частности, за счет улучшения положения в банковской сфере;
- Создание условий для повышения качества и конкурентоспособности российской продукции в результате увеличения потока иностранных товаров, услуг и инвестиций на внутренний рынок;
- Участие в разработке правил международной торговли с учетом своих национальных интересов;
- Улучшение имиджа России в мире как надежного и полноправного участника международной торговли;
- Приток иностранного капитала в аграрный сектор.

Очевидно, что достижение этих целей рассчитано на долгосрочную перспективу. Опыт функционирования агропромышленного комплекса в условиях ВТО в таких странах, как Киргизия, Украина, Молдавия, страны Балтии, показывает, что реализовать преимущества вступления в ВТО пока никому не удалось.

Цели, сформулированные Минэкономразвития РФ в ходе переговоров по условиям присоединения России к ВТО, являются, на наш взгляд, скорее техническими, чем политическими. Они не отражают всего комплекса задач, стоящих перед нашей страной. Эти цели должны быть ориентированы на обеспечение прорывных результатов по наиболее актуальным направлениям:

- Повышение качества жизни граждан страны;

- Повышение конкурентоспособности отечественного АПК;
 - Обеспечение устойчивого развития сельских и депрессивных территорий, рационального размещения производительных сил;
 - Рост соотношения доходов граждан и непрерывно растущего потребительского минимума, повышение уровня социального, жилищно-бытового обеспечения, повышение уровня охраны здоровья, личной и экологической безопасности;
 - Предотвращение опустынивания сельских территорий – как в Европейской части России, так и в Сибири и на Дальнем Востоке;
 - Обеспечения импортозамещения продовольствия.
- Возможные потери России от членства в ВТО (при негативных сценариях развития ситуации):
- Ослабление национального суверенитета;
 - Сокращение количества рабочих мест;
 - Рост инфляции;
 - Повышение себестоимости конкурентоспособных российских товаров;
 - Снижение конкурентоспособности продукции энергоемких производств и обрабатывающей промышленности на мировом рынке;

Многие предприятия и отрасли не смогут выдержать конкуренцию с иностранными товарами и услугами, зачастую более дешевыми и качественными. Кроме того, соглашения ВТО запрещают странам-участницам предоставлять правительственные субсидии: в основном эти запреты касаются экспортных субсидий в промышленности (которые в России практически не применяются) и субсидий на импортозамещение. Согласно некоторым экспертным оценкам, после сокращения таможенных пошлин только 25% отечественных предприятий смогут конкурировать с иностранными производителями на внутреннем рынке.[1]

Меры государственной поддержки АПК на региональном уровне

В России ведется разработка мер государственной поддержки сельского хозяйства на региональном уровне. Предложенная модель содержит семь блоков инструментов:

1. Регулирование цен: квоты, таможенные пошлины, другие нетарифные барьеры;
- 2.Поддержка доходов: косвенные платежи, прямые денежные трансферты;
- 3.Поддержка маркетинга: программа развития рынка, субсидии на транспортировку сельхозпродукции, контроль качества сельхозпродукции;
- 4.Поддержка приобретения сырьевых ресурсов
- 5.Стимулирование роста эффективности производства:НИОКР, субсидии на капитальные вложения, программы улучшения качества земель
- 6.Региональная поддержка: производство продукции сельского хозяйства; развитие инфраструктуры села;

7.Общеэкономическая поддержка: налоговая политика, политика обменного курса валют, предоставление субсидий, трансфертов[1].

За годы реформ в нашей стране были ослаблены процессы наращивания интеллектуального потенциала и использования творческой энергии народа. В результате опыт прогрессивного развития не был в достаточной мере передан новому поколению. Это обстоятельство, на наш взгляд, в значительной мере затрудняет продвижение страны к «умной» конкурентоспособной экономике. Эту стратегическую ошибку необходимо исправлять.

На региональном уровне,некоторые из названных проблем уже осознаются и решаются. Например, по поручению губернатора предпринимаются меры по восстановлению начального профессионального образования. Особое внимание уделяется при этом сельским территориям. Выясняется, какие рабочие кадры необходимы сельским территориям региона, и где целесообразно организовать их подготовку.

Идея сконцентрировать подготовку рабочих кадров для сельских территорий.Для этого в нем необходимо открыть направление начальной профессиональной подготовки кадров различных рабочих профессий.Развитие сельскохозяйственных ВУЗ-ов. Идея состоит в том, чтобы сконцентрировать внимание на обучении профессии, а не изучать большой объем общеобразовательных предметов (как это делалось в бывших ПТУ). [2]

В Вологодской области под эгидой региональных властей создается Вологодский молочный холдинг, который объединит производителей и переработчиков молочной продукции, построит несколько новых современных ферм и выкупит частные районные сырзаводы, оказавшиеся на грани банкротства. Этот шаг призван вернуть былую славу вологодской молочной индустрии, находящейся сейчас не в самом лучшем состоянии....

Как предполагается, уже через четыре года холдинг будет перерабатывать свыше 40 тысяч тонн молока в год, или почти десятую часть валовых надоев региона. Для увеличения сырьевой базы холдинг планирует строительство пяти современных ферм на 1500 коров в каждой в основных «молочных» районах Вологодчины. Кроме того, под его управление могут перейти уже существующие животноводческие комплексы под Череповцом и Вологдой. А еще через три-четыре года руководство холдинга не исключает возможности строительства нового молокоперерабатывающего завода, который может разместиться на территории индустриального парка «Шексна». При этом реализовывать готовую продукцию планируется не только на территории Вологодчины, но и в сопредельных регионах - Новгородской, Тверской и Ленинградской областях.

Все эти затеваемые и, похоже, достаточно затратные перемены преследуют вполне конкретную цель - Вологодская область вновь надеется вернуть себе звание одного из главных молочных центров России, явно пошатнувшееся за последние годы. По продуктивности молочного стада

(средним надоям) регион по-прежнему находится в лидерах. А вот по валовому производству молока (около 450 тысяч тонн за прошлый год) Вологодчина уже не способна конкурировать с такими животноводческими монстрами, как Башкирия, Татарстан и Краснодарский край, где давно получают от полутора до двух миллионов тонн молока-сырца.

Для развития молочного животноводства в Вологодской области сейчас используются самые разные методы. Появляются образцово-показательные компьютеризированные животноводческие фермы, запатентован знаменитый бренд «Вологодское масло», в сельской глубинке запущены социальные проекты, призванные повысить качество жизни людей (то есть потенциальных дояров и доярок) и противодействовать, к сожалению, широко распространенному на селе бытовому пьянству.

А в Грязовецком районе, на границе Вологодской и Ярославской областей, создается Молочная слобода, которая будет включать в себя музей молока, музей коровы, и возможно, молочную «антитаможню» (всем гостям здесь предложат стакан парного молока).

В общую концепцию укладывается и создание Вологодского молочного холдинга. Правда, насколько весомой будет его конкретная отдача - пока не совсем понятно.[3]

Нельзя не согласиться с необходимостью эффективного использования традиционных инструментов защиты внутреннего рынка и проблемных отраслей экономики – таможенных тарифов, квот, субсидий, субвенций и т.д. При этом надо иметь в виду ограниченные условиями вступления в ВТО возможности использования этих инструментов.

Названные инструменты адаптации российской экономики к условиям международной торговли в рамках правил ВТО являются важными, но не ключевыми. Ключевыми инструментами являются соглашения по сельскому хозяйству. То есть меры косвенной поддержки сельской экономики, связанные с обустройством сельских территорий и созданием условий комфортного проживания граждан на селе:

1. Развитие сельской инфраструктуры: транспорта, связи, энергообеспечения, ЖКХ, спорта, медицины и т.д.;
2. Снижение уровня коррупции;
3. Развитие человеческого капитала, создание нематериальных активов, подготовка кадров;
4. Улучшение, мелиорация земель, эколого-ландшафтное и точное земледелие, сохранение среды обитания и биологического разнообразия и т. п.

Отечественную экономику и культуру необходимо направить в русло прогрессивного развития, преодолевая иждивенчество во всех формах и проявлениях. Тогда присоединение к ВТО не будет казаться стихийным бедствием.

Литература:

1. <http://ru.wikipedia.org>
2. agro-new.ru
3. interfax.ru

**Секция 2. «Основные направления совершенствования
организации производства»**

УДК: 664.61.001.76

*А.Н. Алунова, студентка 643 группы**К.К. Харламова, к. э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина***Совершенствование организации производства
хлебобулочных изделий в СППК «Возрождение»
Вологодской области**

Пищевая и перерабатывающая промышленность России – одна из стратегических отраслей экономики, призванная обеспечивать устойчивое снабжение населения необходимыми качественными продуктами питания. Хлеб был и остается одним из основных продуктов питания населения нашей страны. Ежедневное повсеместное потребление хлеба позволяет считать его одним из важнейших продуктов питания, пищевая ценность которого имеет первостепенное значение. Он обеспечивает более 50% суточной потребности в энергии и до 75% потребности в растительном белке. Правильная организация производства хлебобулочных изделий и экономное расходование ресурсов в хлебопечении являются приоритетными задачами отрасли, от решения которых зависит и качество продукции, и уменьшение ее себестоимости, а следовательно, рост прибыли хлебопекарных предприятий, их конкурентоспособность, возможность внедрения в производство нового прогрессивного оборудования и способность выхода на новые потребительские рынки [1].

Цель исследования – определить основные пути совершенствования организации производства хлебобулочных изделий в СППК «Возрождение» Вологодской области.

Объект исследования – СППК «Возрождение».

Предмет – организация производства продукции.

В статье поставлены следующие задачи: провести анализ деятельности предприятия, выявить недостатки организации производства, определить основные направления по ее совершенствованию.

СППК «Возрождение» - некоммерческая организация, созданная на основе добровольного объединения юридических и физических лиц, кре-

стьянских (фермерских) хозяйств и предпринимателей в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Данный кооператив специализируется на производстве хлебобулочных и кондитерских изделий (черного и белого хлеба, тортов, рулетов, пирожных, кексов, пирогов и др.).

На каждый продукт предприятие получает Сертификат соответствия — документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров. В настоящее время данное предприятие является единственным в районе по производству хлебобулочных изделий.

Проанализировав, структуру товарной продукции предприятия, можно сделать вывод о том, что наибольшую долю за период с 2010 по 2012 годы занимают хлеб и хлебобулочные изделия. В 2010 году их доля составила 82, 5 % к итогу, в 2012 – 84, 3% к итогу. Динамика данной продукции меняется незначительно, в 2011 году происходит спад на 0,8 %, а в 2012 году наблюдается подъем на 2, 6% по сравнению с 2011 годом.

В организационной структуре предприятия можно выделить 4 отдела. Первый отдел – Управление. В него входит председатель правления кооператива, исполнительный директор и главный инженер. В должностные обязанности главного инженера входит разработка технической политики компании, повышение эффективности производства и мероприятия по модернизации предприятия, организация работы по улучшению ассортимента и качества выпускаемой продукции, организация проведения научных исследований и экспериментов, испытаний новой техники и технологии, а также обучение и повышение квалификации рабочих и инженерно-технических работников.

Второй отдел – Бухгалтерско-экономический, осуществляющий анализ финансово-экономической деятельности предприятия и контроль за движением и сохранностью денежных средств и материальных ценностей кооператива. Состоит из главного бухгалтера и бухгалтера (экономиста).

Третий отдел – Пекарня, где осуществляется производство продукции кооператива. Во главе пекарни стоит заведующий производством. Основными работниками, без которых невозможен сам процесс производства, являются технолог, экспедитор, кладовщик, пекарь, пекарь-тестовод, оператор котельной, электрик, техническая служащая, плотник, жестянщик.

Четвертый отдел – Автотракторный парк, деятельность которого осуществляют механик, водитель и слесарь предприятия.

На предприятии СППК «Возрождение» применяется сменная форма организации труда. Организуется работа по сменам - работники разбиваются на группы (смены), которые работают последовательно таким образом, чтобы исключить перерывы в технологическом процессе. Графики составляются исходя из установленной нормы рабочего времени за учетный период для конкретной категории работников и содержат информацию о продолжи-

тельности рабочего времени в течение смены, перерывах на отдых между сменами и порядке их чередования. На предприятии применяется повременная и сдельная система оплаты труда. Оплата труда работникам пекарни производится по сдельным расценкам на единицу продукции.

Недостатки в организации производства на данном предприятии следующие:

- наличие устаревшего оборудования;
- неполное использование производственных мощностей;
- отсутствие специалиста в области маркетинга.

Основными направлениями совершенствования организации производства на предприятии являются:

- Внедрение нового оборудования – тестомесителя Kocateq HS 40. Экономический эффект от производства 300 тыс. тонн хлебобулочных изделий при помощи нового оборудования составит 30 тыс. руб. Срок окупаемости оборудования - 2, 4 месяца.

- Внедрение в производство нового вида хлебобулочной продукции – пирожного «Жемчужина лета». При выпуске 120000 шт. пирожных в год, прибыль составит 576 тыс. руб. Рентабельность данного мероприятия 81, 7%, срок окупаемости - 1,6 года.

- Введение должности маркетолога. Экономический эффект от данного мероприятия составит 102 тыс.руб. в год.

Также было выявлено, что среди факторов, положительно влияющих на увеличение производства продукции, повышение ее качества, увеличение прибыли от реализации, снижение себестоимости, рост эффективности предприятия, важное место принадлежит правильной организации материального стимулирования труда руководителей, специалистов и обслуживающего персонала предприятия.

В связи с этим предлагаются следующие мероприятия по совершенствованию стимулирования оплаты труда:

- введение надбавок за высшее образование, высокое профессиональное мастерство, посещение курсов повышения квалификации, получение различных сертификатов и дипломов, непрерывный стаж работы на данном предприятии;

- поощрение по годовым результатам работы предприятия, в первую очередь, за выполнение договорных обязательств, за выполнение плана по производству и фактической себестоимости производимой продукции;

- премирование руководящих работников и специалистов за определенный период (месяц, квартал и т. д.) в размере до 1,5 месячного должностного оклада за качественное выполнение срочных видов работ, за своевременное выполнение документальных и отчетных обязательств;

- премирование рабочего персонала за новые идеи по производству продукции, за внедрение прогрессивных научно – технических технологий;

- лишение премии за невыполнение договорных обязательств, порчу оборудования предприятия, производство некачественной продукции, получение брака.

Конкретные размеры премий определяются на предприятия руководящим органом, исходя из имеющихся средств.

Литература:

1. Воротников И.Л., Пилипюк В.Л. Ресурсосберегающие инновационные процессы в хлебопекарной промышленности. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2005. №4 с.30-31.

УДК 637.12.003.13

А.С. Багрушина, студентка 643 группы

*К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО им. Н.В. Верещагина*

Использование прогрессивных технологий при производстве молока

Анализ развития животноводства показывает, что, несмотря на принятые в последние годы меры государственной поддержки, предусмотренные в приоритетном национальном проекте «Развитие АПК» и «Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы, которые должны были способствовать возрождению и развитию отрасли, этого не происходит. Она не обеспечивает потребности страны в высококачественных продуктах питания.

Целью данной статьи является оценка использования прогрессивных технологий. Тема исследования достаточно актуальна, так как при повышении эффективности производства молока удастся наиболее качественно обеспечить население молочными продуктами. Объектом изучения являются технологические мероприятия.

Средства механизации и автоматизации, уровень их совершенствования оказывают решающее влияние на экономические и технологические показатели производства продукции животноводства. Опыт передовых хозяйств показывает, что модернизация объектов животноводства на основе использования достижений науки и техники является реальным фактором повышения эффективности производства.

В подотраслях животноводства определены проблемы и задачи, которые целесообразно решать только на основе осуществления технологической модернизации и использования принципиально новой инновационной техники. Важными проблемами являются следующие:

1. Увеличение срока использования продуктивности коров с 2,5-2,7 отёлов до 4-5 отёлов. Совершенствование технологии содержания и обслуживания дойного стада, а также ремонтного молодняка для воспроизводства (свободный доступ к кормам, стойлово-пастбищное или стойлово-выгульное содержание, устройство тёплого удобного ложа, устранение стрессов. Кормление сбалансированными смесями) позволяет не только увеличить продуктивность коров до 15-20% и продолжительность их продуктивного использования до 4,5-5,0 отёлов, но и снижать возраст первого отёла нетели с 30 до 24 месяцев.

2. Приготовление сбалансированных кормовых смесей с учётом физиологических потребностей отдельных животных и их нужно обеспечить с помощью применения инновационной техники – электронных взвешивающих устройств, дозаторов, смесителей.

При доении коров в доильных залах со станками различных конструкций успешно применяется индивидуальное нормированное кормление концентрированными кормами. Принцип самообслуживания коров в установках «Робот», позволяющий повысить кратность доения с 2 до 3-4 раз в сутки (по мере наполняемости вымени), как показали исследования учёных Польши, Латвии и других стран приводит к увеличению молочной продуктивности на 11-15% за счёт более интенсивного функционирования молочной железы.

3. Доение в автоматических доильных установках «Робот», в которых выполнение всех операций производится с учётом индивидуальных особенностей коров в автоматическом режиме, можно отнести к классическому принципу использования инновационных достижений в механизации и автоматизации животноводства.

Однако принцип свободного доения коров в «Роботах» в российских условиях (при стоимости 2-х доильных мест 8-10 млн руб., или в расчёте на дну корову по 35-40 тыс.руб., что в 20-30 раз больше в сравнении с автоматизированными доильными установками), необходимо применять только на предприятиях, где созданы экономические и технологические предпосылки, например продуктивность коров не меньше 8,0 тыс. кг молока в год, уровень оплаты труда операторов не меньше 20-25 тыс. руб. в месяц, рентабельность производства молока не ниже 35-40%. В то же время создание и применение автоматических роботов для чистки стойл, кормовых и навозных проходов, кормления свиней и крупного рогатого скота, производства комбикормов позволяет полностью заменить человека при выполнении рутинных, монотонных ручных операций, к тому же в санитарном отношении неблагоприятных, открывает новые горизонты для широкой автоматизации в животноводстве.

Исследования показывают, что увеличение производства будет обеспечиваться за счёт осуществления следующих направлений обновления отрасли:

1. Увеличение удельного веса применения беспривязного содержания скота, позволяющего за счёт использования принципа самообслуживания, выделения производственных зон повышать производительность труда и снижать инвестиции в здания, сооружения, средства механизации (табл. 1).

Таблица 1 – Применение основных технологий производства молока на животноводческих фермах сельхозорганизаций

Технологии производства молока	Существующее положение		Прогноз	
			2020 г.	
	млн. гол.	млн. гол.	млн. гол.	%
Привязное содержание	4,09	95,1	4,1	65,1
Беспривязное содержание	0,13	3,0	1,6	25,4
Комбинированное содержание	0,08	1,9	0,6	9,5
Итого	4,3	100	6,3	100

2. Совершенствование способов организации машинного доения коров посредством автоматизации управления технологических операций и расширение объёмов применения доильных залов со станками «Ёлочка», «Тандем», «Параллель» до 3-5%, до 35-40% (табл. 2)

Таблица 2 – Способы доения коров в сельскохозяйственных организациях

Способы доения коров	Современное состояние		Ожидается к 2020 г.	
	млн. гол.	%	млн. гол.	%
Доение коров в стойлах				
В переносное ведро	2,46	60,0	0,80	12,7
В молокопровод	1,44	35,0	3,30	52,4
Итого	3,90	95,0	4,10	65,1
Доение коров в доильных залах				
В станках «Тандем»	0,11	2,7	1,06	16,8
В станках «Ёлочка»	0,09	2,3	0,93	14,8
В станках «Параллель»	-	-	0,20	3,0
Установки других типов	-	-	0,0	0,1
Итого	0,20	5,0	2,20	34,9
Всего	4,100	100	6,30	100

Вологодская область участвует в реализации национального проекта «Развитие АПК», одним из направлений которого является ускоренное развитие животноводства. К крупным предприятиям области относятся колхоз «Племзавод Родина», «Колхоз 50-летия СССР», ПЗ «Ильюшинский» и др. Они стараются увеличивать валовой надой за счёт интенсивных факторов.

Колхоз «Племзавод Родина» был организован в 1930 году, на тот момент поголовье насчитывало примерно 1400 голов, в том числе 680 коров. Сейчас колхоз располагает мощной производственной базой из 9 молочно-товарных ферм, 8 телятников, 3 зерносушилок, 2 кормоцехов. Колхоз «Племзавод Родина» был организован в 1930 году, на тот момент поголовье насчитывало примерно 1400 голов, в том числе 680 коров. Сейчас колхоз

располагает мощной производственной базой из 9 молочно-товарных ферм, 8 телятников, 3 зерносушилок, 2 кормоцехов.

Основным направлением деятельности нашего хозяйства является молочное животноводство. С 1975 года колхоз является племенным заводом по разведению крупного рогатого скота черно-пестрой породы. На 1 января 2011 года в колхозе насчитывалось 4700 голов, в том числе 1721 корова. Большое внимание в колхозе уделяется качеству молока, оно охлаждается во время дойки в танках-охладителях до температуры +4°C (табл. 3).

Таблица 3 – Валовой надой в хозяйствах Вологодской области

Показатели	ПЗ колхоз «Племзавод»		Колхоз «50-летия СССР»		Колхоз «Ильюшинский»	
	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.
Поголовье, гол	1907	2076	1650	1650	1000	1000
Удой на 1 корову, кг	8219	7858	7361	8019	6892	6803
Валовой надой, т	14498	14805	11822	13239	6892	6803

С 2004 года в колхозе вводится беспривязное содержание коров. Эта технология уже зарекомендовала себя как рациональная при содержании дойного стада. Но прогресс не стоит на месте и колхоз «Племзавод Родина» стремится внедрять в производство новые способы содержания КРС, поэтому в декабре 2007 года введена в эксплуатацию первая в России ферма с добровольным доением роботами-доярками VMS фирмы «Делаваль». Система добровольно доения (робот-дойяр) значительно экономит человеческие ресурсы, благодаря системе контроля физического состояния животного. На одной ферме теперь достаточно присутствия шести специалистов, которые при этом не участвуют в процессе доения коровы, а только контролируют его с помощью сенсорного экрана, размещенного около установки. Робот-дойяр VMS компании «ДеЛаваль» – это полноценный автоматизированный технологический комплекс, позволяющий получать молоко гуманным и физиологичным для коровы способом. Животноводческий комплекс, исключает строительство доильного цеха - одной из самых дорогостоящих составляющих проекта. Кроме того, используемые в системе технологии и материалы гарантируют ее надежность и, следовательно, долговечность инвестиций. Первое время пришлось подгонять оборудование под особенности данного поголовья, но применение новой технологии достаточно быстро принесло свои плоды. Так, вместо 15 человек на ферме работает всего 6. Сервис оборудования производится специалистами DeLaval. Их представительство находится в Вологде, поэтому в случае поломки они прибывают на место в течение часа - двух; нередко консультации оказываются и по телефону. Эта технология позволяет ещё более сократить затраты на производство молока за счет увеличения объемов его производства, сокращения фонда оплаты труда в связи с меньшей потребностью в обслуживающем персонале, снижении затрат на корма.

Затраты на покупку и монтаж оборудования составили:

- при беспривязном содержании составят 5440 тыс. руб.

- при добровольном доении 26 600 тыс. руб.

При начислении амортизации в течение 10 лет, норма её составит 10%, 652,8 и 3192 тыс. руб. ежегодно.

Для сравнения этих двух технологий также необходимо рассчитать затраты на оплату труда. Данные расчеты приведены в табл. 4.

Таблица 4 - Сравнительные данные по количеству обслуживающего персонала и работников при различной технологии доения и содержания 200 голов крупного рогатого скота

Категория работников	Беспривязное содержание скота, доение в доильном зале	Годовая сумма оплаты труда, тыс. руб.	Добровольное доение роботом-доярком VMS фирмы «Делаваль»	Годовая сумма оплаты труда, тыс. руб.
Бригадир смены	2	408	1	204
Доярки	5	660	2	264
Скотники	3	298,8	1	99,6
Тракторист на кормлении и удалении навоза	3	356,4	1	118,8
Сторож	2	139,2	1	69,6
Итого:	15 чел.	1862,4	6 чел.	756

Таким образом, внедрение новой технологии с беспривязным содержанием животных позволит уменьшить количество персонала фермы с 15 до 6 человек и тем самым сократить затраты на оплату труда на 1106,4 тыс. руб. в год. Применение такой технологии планируется в дальнейшем.

В VMS применяется аналитическая программа управления стадом VMS Mgmt. Установленная на управляющем компьютере, программа VMS Mgmt позволяет управлять всеми процессами производства молока. Информация о коровах с отклонениями в важнейших параметрах, таких как интервалы доения, электропроводность молока, наличие крови в молоке и уровень надоя, моментально отображается на мониторе компьютера. Кроме того, 29 января 2009 года были запущены в работу еще 4 системы добровольного доения VMS. На этот раз обладателем столь полноценного технологического комплекса стал племзавод им. 50-летия СССР Вологодской области. На запуске VMS присутствовали руководители хозяйств Вологодской, Ленинградской, Московской областей, Краснодарского края, представители СМИ. Специально для участников и гостей была организована конференция о внедрении передовых решений молочного животноводства и эффективном ведении хозяйства.

Таким образом, реализация изложенных направлений развития технического прогресса в механизации и автоматизации животноводства, модернизации действующих объектов на основе применения инновационных технологий, машин и оборудования позволит повысить производительность

труда на 40-60%, снизить удельные затраты энергии и кормов на 25-30%, уменьшить загрязнение почвы.

Литература:

1. Морозов Н.В. Журнал « Сельскохозяйственные и перерабатывающие предприятия» - 2012, - №2, с. 6-10.

2. Шичкин Г.И. Состояние и перспективы развития молочного скотоводства России//Молочная промышленность, - 2010, - №4, с. 32-34.

3. <http://www.milkbranch.ru/publ/view/423.html> . Журнал «Переработка молока».

УДК 338.512:637.14.

В.Д. Владимиров, студент 653 группы

*К.К. Харламова, к.э.н. доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина.*

Основные направления повышения экономической эффективности производства молока в рыночных условиях

Сельское хозяйство - наиболее сложная и трудоемкая отрасль, как в агропромышленном комплексе, так и во всем народном хозяйстве. Почти половину всей валовой продукции сельского хозяйства составляет продукция животноводства. Молочное скотоводство одна из наиболее важных отраслей животноводства. Оно служит источником таких ценных продуктов питания, как молоко, мясо, а также источником сырья для промышленности [4].

Однако, сложившаяся обстановка в животноводстве вызывает большую тревогу и озабоченность, требует серьезного анализа и определения стратегии и тактики в развитии отдельных отраслей.

Основные причины сокращения производства продукции животноводства продолжающееся уменьшение численности скота и продуктивности животных. Поэтому необходимо направить все внимание на стабилизацию поголовья молочных коров, на повышение интенсивности использования имеющегося поголовья, на рост молочной продукции за счет осуществления комплекса зоотехнических, организационных и экономических мероприятий.

В условиях динамичного развития современных технологий, конкурентоспособность всей аграрной экономики зависит от объемов применения машинных технологий на ресурсосберегающей основе, без чего нельзя рассчитывать на эффективность отрасли.

Повышение экономической эффективности животноводства в новых экономических условиях является важным моментом в развитии сельского хозяйства. Исходя из этого, выбранная тема статьи является актуальной.

Цель данной статьи - определение основных направлений повышения экономической эффективности производства молока в рыночных условиях.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи:

1. Исследование теоретических основ экономической эффективности производства продукции животноводства.

2. Исследование экономической эффективности производства молока в ООО СХП «Устюгмолоко» отделение «Гледенский».

3. Разработка основных направлений повышения экономической эффективности производства молока.

Объект изучения – ООО СХП «Устюгмолоко» отделение «Гледенский» Великоустюгского района Вологодской области.

В условиях рыночной экономики роль и значение снижения себестоимости продукции резко возрастает, поскольку это позволяет повысить экономическую эффективность предприятия.

Экономическая эффективность (эффективность производства) — это соотношение полезного результата и затрат факторов производственного процесса

Снижение себестоимости зависит от целого ряда факторов, которые можно условно разделить на две группы: внутри- и внепроизводственные. К внутрипроизводственным относятся факторы, на которые предприятие может оказать воздействие в процессе управления; прежде всего, это применение передовой техники и технологии, улучшение организации производства и труда, мотивация высокопроизводительного труда и т. п.

Внепроизводственными являются факторы, на которые предприятие не может оказать непосредственное влияние: цены на сырье, тарифы на топливо и электроэнергию, ставки налогов и отчислений, природные условия и т. д.

ООО СХП «Устюгмолоко» отделение «Гледенский» специализируется на производстве молока, так как товарная продукция животноводства по данному виду занимает наибольший удельный вес, 80%.

Производство молока в предприятии является прибыльным, за последние три года уровень рентабельности имеет тенденцию к снижению, на 15,3 %. На снижение уровень рентабельности повлияли два основных фактора: цена реализации одного ц и себестоимость одного ц продукции.

Себестоимость продукции представляет затраты в денежном выражении, которые несет предприятие, используя в процессе производства продукции природные ресурсы, сырье, материалы, горючее, энергию, основные средства, труд, и т.п. В ООО СХП «Устюгмолоко» отделение «Гледенский» себестоимость 1 ц молока имеет устойчивую тенденцию к росту. Так, за 2010-2012 г.г. она возросла на 439 рубля или на 43 % [6].

В структуре себестоимости наибольший удельный вес занимают затраты на заработную плату (24,3%) и корма (35,5%).

В результате проведенного анализа в организации производства молока отделения «Гледенский» выявлены следующие недостатки:

1. на предприятии очень высокий процент яловости – 8,71, удлиненный сервис-период;
2. низкое качество кормов;
3. технологические процессы кормления в хозяйстве частично механизированы;
4. нет материальной заинтересованности работников в снижении затрат на производство молока;
5. отсутствует система материальной ответственности работников за получение конечных результатов.

Для повышения эффективности производства молока предлагаю следующие мероприятия:

- увеличить поголовья коров до 750 голов, что даст дополнительный выход молока 1710 ц;
- при увеличении расхода кормов на 1 корову хозяйство получит дополнительно молока 1913 ц;
- снижения яловости - 365 ц.
- использовать программу кормления «Мустанг ингредиенты» для повышения продуктивности коров за счет сбалансированного кормления животных в период лактации, применения кормовых добавок "Кауфит", снижения сервис и сухостойного периодов, что даст дополнительный выход молока 2340 ц;
- использование миксеров для приготовления и раздачи кормов позволит снизить трудоемкость работ. Сбалансированные кормосмеси лучше поедаются и усваиваются животными. Производство молока увеличится на 2137 ц;
- внедрение кормосмесителей и переход на 2х кратное доение сократит затраты на оплату труда на 299 и 763 тыс.руб.
- использование оплаты труда в зависимости от расхода кормов на 1 ц молока, позволит снизить себестоимость 1 ц молока на 96 рублей.

Для увеличения производства молока предприятие может использовать как экстенсивные, так и интенсивные резервы. В результате их реализации, можно дополнительно получить 6755 ц молока или 16,4% к фактическому надою. Продуктивность коров могла бы возрасти до 66,00 ц.

Проведем соответствующие расчеты и оценим, насколько эффективными являются предложенные мероприятия (табл. 1).

Таблица 1 - Экономическая эффективность производства молока в отделении «Гледенский» ООО СХП «Устюглоко»

Показатели	2012 г.	С учетом предложенных мероприятий
1. поголовье коров, голов	720	750
2. Среднегодовой удой на 1 корову, ц	57,00	66,00
3. Валовое производство молока, ц	41040	49505
4. Затраты на валовое производство молока, тыс.руб.	59508,0	65327,0
5. Затраты труда на 1 ц молока, чел.-ч.	1,3	1,2
6. Затраты на 1 ц молока, руб.	1450,0	1319,6
7. Реализовано молока, ц	36430	44895
8. Себестоимость реализованного молока, тыс. руб.	52823,5	59243
9. Цена за 1 ц молока, руб.	1733,0	1766,0
10. Выручка от реализации молока, тыс. руб.	63133,2	79284,5
11. Прибыль (+), убыток (-) от продажи молока, тыс.руб.	10309,7	20041,5
12. Рентабельность (+), убыточность (-) производства молока, %	20,0	33,8

Использование вышеперечисленных мероприятий обеспечит дополнительное производство молока 6755 ц, снижение себестоимости 1 ц молока почти на 9%.(130,4 руб.) Прибыль составит 20041,5 тыс.руб., уровень рентабельности 33,8%

Литература:

1. Куренков Ю., Попов В. Конкурентоспособность России в мировой экономике. // Вопросы экономики, 2008. – № 6. – С. 36-49.
2. Нечаев В.И., Карешов А.А., Ворошилова И.В. Программно-целевая стратегия инновационного развития АПК. 2011 г.
3. Ушачев И.Г. О мерах по обеспечению конкурентоспособности продукции Российского сельского хозяйства в условиях присоединения к ВТО, 2012 г.г. № 6.
4. Гришаев Е. Совершенствование условий стимулирования работников растениеводства и животноводства за повышение эффективности производственной деятельности. Ж. Нормирование и оплата труда в сельском хозяйстве, 2012 г. № 1.
5. Чечевицына Л.Н., Чечевицына Е.В. Экономика предприятия. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 384 с.
6. Яковлев Б.И. Организация производства и предпринимательство в АПК / Б.И. Яковлев, В.Б. Яковлев – М.: КолосС, 2013. – 424 с.

УДК 633.49

В.В. Ковшикова, студентка 643 группы
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Совершенствование организации производства картофеля в СХПК «Племзавод Майский» Вологодского района

Картофель в нашей стране занимает одну из ключевых позиций среди самых потребляемых продуктов растениеводства. Россия занимает второе место в мире по производству картофеля после Китая и входит в десятку ведущих стран, производящих более половины валового производства.

Картофель является неотъемлемым элементом структуры стратегической продовольственной безопасности страны. Проблема совершенствования организации производства картофеля является на сегодняшний день одной из важнейших для сельского хозяйства. Отсюда следует, что выбранная тема является актуальной.

Целью исследования является изучение современного состояния организации производства картофеля и разработка перспектив по ее совершенствованию.

Объектом исследования является СХПК «Племзавод Майский» Вологодского района Вологодской области.

Предметом исследования является организация производства картофеля.

В соответствии с целью исследования в работе решались следующие задачи:

- проанализировать современное состояние организации производства картофеля в СХПК «Племзавод Майский»;
- разработать предложения по совершенствованию организации производства картофеля.

СХПК «Племзавод Майский» - крупное и многоотраслевое предприятие. Одним из основных направлений деятельности хозяйства является молочное животноводство. Хозяйство является племенным заводом по двум породам крупного рогатого скота: черно-пестрой и айширской, имеет соответствующую лицензию на выращивание и реализацию племенного скота. Цех растениеводства специализируется на производстве картофеля, овощей, кормов для КРС, зерна. В хозяйстве интенсивно развивается картофелеводство. Работает лаборатория первичного семеноводства картофеля. Также картофель используется для продажи населению и для собственных нужд предприятия.

В СХПК «Племзавод Майский» выращивание картофеля осуществляется по голландской технологии.

В основе голландской технологии возделывания картофеля лежит комплекс агротехнических приемов. Для уничтожения сорняков применяются гербициды. Сокращение до минимума количества механических обработок при уходе за посадками, отличительная особенность голландской технологии.

Все производственные процессы на возделывании картофеля механизированы. Недостатка в технических средствах нет, используется современная, производительная техника (комбайны «Гример», трактор «Джон Дир 6920SE»). Технологию выращивания картофеля в СХПК «Племзавод Майский» можно считать достаточно эффективной, недостатком является лишь организация сортировки клубней, которая частично производится вручную.

Оплата труда в СХПК «Племзавод Майский» осуществляется на основе положения работников цеха растениеводства, применяется также положение по оплате труда на весенне – полевые работы и работы по уходу за с/х культурами. Расценки определяются на каждый вид работ в зависимости от используемой техники (чем производительнее техника, тем ниже расценка). Размер премии колеблется от 30-80%. Предусмотрена доплата за качество и интенсивность работ.

В структуре посевных площадей СХПК «Племзавод Майский» картофель занимает 4%.

Основными конкурентами по производству картофеля для СХПК «Племзавод Майский» являются СХПК «Пригородный» и СХПК «Тепличный».

Одной из задач организации производства является повышение экономической эффективности отрасли картофелеводства. Одним из показателей экономической эффективности является валовой сбор.

Валовой сбор – это сбор продукции со всей площади. Объем произведенной продукции растениеводства является одним из основных показателей, которые характеризуют деятельность сельскохозяйственного предприятия. От объема произведенной продукции зависит объем реализации. А также уровень себестоимости, сумма прибыли, уровень рентабельности и финансовое положение предприятия. В таблице 1 представлена динамика объемов производства и реализации картофеля.

За последние три года объем производства увеличился на 30,4 %. Это обусловлено увеличением урожайности со 162 до 215 ц/га. Объем реализации в 2012 г. возрос по сравнению с 2010 г. на 18 т., а по сравнению с 2011 г. на 769 т. В 2012 г. было реализовано 65 % произведенного картофеля, а в 2010 г. 84 %.

В среднем за год в течение трех лет объем производства увеличивался на 14,2 %, а объем реализации рос на 0,3 %.

Объем производства продукции растениеводства зависит от размера посевных площадей и урожайности сельскохозяйственных культур.

Таблица 1 - Анализ динамики производства и реализации картофеля

Год	Объем производства картофеля, т	Темпы роста, %		Объем реализации картофеля, т.	Темпы роста, %	
		базисные	цепные		базисные	цепные
2010	3793	100	100	3187	100	100
2011	5789	152,6	152,6	2436	76,4	76,4
2012	4946	130,4	85,4	3205	100,6	131,6

Каждый из перечисленных факторов в свою очередь зависит от ряда причин и обстоятельств. Так, размер посевных площадей зависят от специализации предприятия, госзаказа на тот или иной вид продукции, внутрихозяйственной потребности в ней (на семена, корм животным), конъюнктуры рынка, наличия земельных, трудовых и материальных ресурсов, экономической эффективности выращивания отдельных культур и др. Урожайность культур определяют качество земли, количество внесенных удобрений, метеорологические условия года, качество и сорт семян, способы и сроки сева, уборки урожая и др.[1]

Валовой сбор картофеля в СХПК «Племзавод Майский» имеет тенденцию к снижению с 7280 т до 4945 т, т.е. план по производству не выполняется. За счет сокращения урожайности валовой сбор уменьшился на 1032,7 т, а за счет сокращения посевной площади – на 1310,4 т. Таким образом, наибольшее влияние на величину валового сбора оказывает сокращение посевной площади картофеля.

Под урожайностью подразумевается средний размер той или иной продукции растениеводства с единицы посевной площади данной культуры (обычно в центнерах с гектара).

В таблице 2 представлена динамика и выполнение плана урожайности картофеля.

Таблица 2 - Анализ динамики и выполнения плана урожайности

Год	Урожайность картофеля, ц/га		Темпы роста, по факту %		Отклонение от плана	
			базисные	цепные	+, -	%
	план	факт				
2010	240	162	100,0	100,0	-78	-32,5
2011	250	246	151,8	151,8	-4	-1,6
2012	260	215	132,7	87,4	-45	-17,3

За последние три года урожайность картофеля увеличилась на 32,7%. самая низкая урожайность была в 2010 г. Причиной этого стали неблагоприятные погодные условия (засуха), не было возможности осуществить

полив, к тому же посевы были произведены на легких почвах, которые по своим свойствам являются сухими. Наблюдается невыполнение плана за весь исследуемый период. В среднем за год в течение трех лет урожайность картофеля увеличилась на 15,2 %.

В таблице 3 представлены показатели, характеризующие экономическую эффективность производства картофеля.

Таблица 3 - Финансовые результаты от реализации картофеля

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. к 2010 г., %	2012 г. к 2011 г., %
Выручка, тыс. руб.	36270	33181	17610	48,55	62,7
Цена реализации за 1 т, руб.	11382	13619	15379	135,12	120,2
Себестоимость реализационная, - всего, тыс.руб. - 1 т. картофеля, руб.	35748 11217	30749 12623	29883 9324	83,59 83,12	88,9 73,86
Прибыль всего, тыс. руб.	522	2432	-12273	-	-
Рентабельность, %	1,5	7,9	-41,1	-	-

За три года наиболее неблагоприятным является 2012 г., так как в данном году сократились такие показатели, как выручка от реализации и был получен убыток. Наиболее благоприятным стал 2011 г.: была получена прибыль в размере 2432 тыс. руб. и рентабельность составила 7,9%. Цена реализации с каждым годом растет (на 35,12% по сравнению с 2010 г. и на 20,2% по сравнению с 2011 г.), а себестоимость снижается (на 16,41% и на 11,1% соответственно), что является положительным моментом.

Основными направлениями увеличения объемов производства картофеля являются: расширение посевных площадей, улучшение их структуры и повышение урожайности.

Основным резервом увеличения производства картофеля в хозяйстве является рост урожайности.

Он может происходить за счет:

- а) дополнительного внесения удобрений;
- б) повышения их окупаемости;
- в) внедрения более урожайных сортов культур;
- г) сокращения потерь продукции при уборке урожая;

Существенным резервом увеличения производства продукции в растениеводстве является улучшение структуры сортов сельскохозяйственных культур, это значит увеличение доли более урожайных культур в общей посевной площади. Для расчета величины этого резерва сначала необходимо разработать более оптимальную структуру сортового состава для данного хозяйства, с учетом всех его возможностей и ограничений, а потом сравнить фактический объем продукции с возможным, который будет получен с

общей фактической площади при фактической урожайности культур, но при улучшенной структуре.[2]

За счет использования возможных резервов валовой сбор картофеля может увеличиться на 13233,5 ц, в т. ч. за счет достижения планового размера посевной площади на 10750 ц. (21,74%), за счет изменения структуры сортов - на 1897 ц. и за счет дополнительного внесения удобрений на 586,5 ц.

Существенным резервом повышения эффективности производства картофеля является повышение уровня механизации на сортировке. Предлагаем использовать сортировочную линию 25-30 ТОН.

Она является более производительной в результате чего, работы выполняются в более короткий срок, сокращаются затраты на оплату труда и появляется возможность направить высвободившихся работников на другие работы. По сравнению с существующей технологией экономия затрат составляет 138,95 руб./т, а экономия затрат труда – 0,08 чел.-ч./га

Таблица 4 – Экономическая эффективность производства картофеля

Показатели	2012 г.	с учетом резервов
Объем реализации, т	3205	4253
Цена реализации 1 т картофеля	15379	15840
Выручка от реализации, тыс. руб.	17610	67367,5
Полная себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	29883	40786,1
Прибыль тыс. руб.	-12273	26581,4
Рентабельность, %	-41,1	65,2

В результате использования выявленных резервов прибыль от реализации картофеля составит 26581,4 тыс. руб., уровень рентабельности – 65,2%.

Литература:

1. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учеб. пособие – 6-е изд., стер. – Мн.: Новое знание, 2008. – 652 с.
2. Перспективы развития картофелеводства России на примере Рязанской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rosinformagrotech.ru>

УДК 637.12.008 (470.12)

К.А. Лаврова, студентка 643 группы
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Совершенствование организации производства молока в СПК колхоз «Нижне-Кулое» Верховажского района

В большинстве районов страны скотоводство является одной из ведущих сельскохозяйственных отраслей.

В настоящее время финансовое положение большинства сельскохозяйственных предприятий, в том числе и предприятий Вологодской области трудное, что связано с сокращением производства, взаимными неплатежами, высокими налогами, недостаточной поддержкой сельскохозяйственных предприятий со стороны государства.

Основным направлением увеличения производства молока в рыночных отношениях является интенсификация молочного скотоводства на основе повышения продуктивности коров, дальнейшего укрепления кормовой базы и улучшения содержания, качественного преобразования стад и пород сельскохозяйственных животных, развития новых форм хозяйствования, организации и оплаты труда работников. В связи с этим вопросы совершенствования организации производства молока являются актуальными. [4]

Цель: исследование организации производства молока и выявление основных путей ее совершенствования в СПК колхоз «Нижне-Кулое».

Задачи:

- 1) дать организационно-экономическую характеристику хозяйства;
- 2) провести анализ современного состояния молочного скотоводства в хозяйстве;
- 3) на основе анализа организации производства молока разработать конкретные мероприятия по ее совершенствованию и рассчитать экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Объект: СПК колхоз «Нижне-Кулое»

В колхозе «Нижне-Кулое» основным видом деятельности являются растениеводство, животноводство. Колхоз не имеет филиалов и дочерних предприятия.

Сфера деятельности предприятия – производство молока и мяса.

Животноводство является основной товарной отраслью. Ежегодно доля данной отрасли в общей выручке составляет более 70%.

СПК колхоз «Н-Кулое» относится к мелким предприятиям, так как основные показатели меньше средних по району. Например, поголовье КРС в СПК колхозе «Н-Кулое» почти в два раза меньше средних показателей, такие показатели как валовая и товарная продукция больше в 1,2 раза. За

период 2010-2012 годов стоимость основных средств увеличилась на 53320 тыс.руб. поголовье КРС возросло на 46 голов. В связи с увеличением объемов производства стоимость валовой продукции увеличилась на 30,8%, товарной продукции – на 78,5% (табл. 1).

Таблица 1 – Основные экономические показатели производственно-финансовой деятельности в СПК колхоз «Н-Кулово» в 2010-2012 гг

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2012 г. в %	
				к 2010 г.	к 2011 г.
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	48853	73674	102173	209,1	138,7
Фондообеспеченность, тыс. руб. на 100 га сельхозугодий	1552,6	1850,9	2377,9	153,16	128,47
Фондовооруженность, тыс. руб. на 1 работника	444,4	573,5	668,4	150,41	116,55
Фондоотдача (на 1000 руб. основных фондов), руб.	29,24	24,44	19,76	67,58	80,85
Фондоемкость, руб.	34,20	40,92	50,61	147,98	123,68
Фондорентабельность (прибыль на 1000 руб. основных фондов), руб.	140,72	134,06	106,23	75,49	79,2
Всего энергетических мощностей, л.с.	11010	9633	9557	86,80	99,21
Энергообеспеченность, л.с. на 100 га сельхозугодий	183,16	160,26	174,37	95,20	108,80

Фондообеспеченность и фондовооруженность хозяйства с 2010 по 2012 г.г. имеют тенденцию к повышению. Это связано с увеличением стоимости основных фондов почти на 109,1 % с одновременным снижением площади сельхозугодий и количества работников в хозяйстве. Эффективность использования основных фондов отражают показатели фондоотдачи и фондорентабельности. Показатель фондоотдачи сокращается. За исследуемый период снижение составило 32,42 %. Значение показателя фондорентабельности также снижается. Фондоемкость же, наоборот, возросла на 47,98 руб. на 1 рубль основных фондов. Энергообеспеченность в колхозе снижается, поскольку темпы снижения энергетических мощностей больше темпов снижения площади сельхозугодий.

В связи с тем, что фондоемкость повышается, а фондоотдача снижается можно сделать вывод о том, что происходит снижение эффективности использования основных фондов.

Из всех факторов внешней среды наиболее сильное влияние на рост и развитие организма, его воспроизводительные способности и продуктивные качества оказывает кормление. Из всех затрат на производство молока наибольшая часть приходится на долю кормов. Корма должны быть доброкачественные, высокопитательные и легкоусвояемые.[4]

Корма – исходное сырье для обеспечения животных энергией и питательными веществами, необходимыми для поддержания жизнедеятельности организма его роста, развития и производства продукции. Потребность животных в качественных кормах должна быть полностью обеспечена. В

целях повышения урожайности кормовых культур, производимых в хозяйстве, необходимо шире использовать сорта растений с повышенной азотфиксацией, устойчивости к защите, болезням, осваивать более рациональные системы севооборота, вносить необходимое количество удобрений. Исследования показывают, что за счет внесения удобрений урожайность кормовых культур может быть повышена на 45%. [1]

Следует более эффективно использовать площади под естественными угодьями. Наряду с простейшими культурно-техническими мероприятиями в виде планировки, очистки поверхности от деревьев и кустарников, хороший эффект дает поверхностное улучшение: боронования, дискования с подсевом трав. На улучшенных сенокосах и пастбищах урожай кормовой массы и возможная нагрузка на единицу площади может быть в 2-3 раза выше, чем с естественных угодий.

Перспективы рациональной организации кормовой базы в хозяйствах связывают с оптимальным сочетанием рационального ведения лугопастбищного хозяйства (введение зеленого конвейера, севооборотов, пастбищеоборотов и т.д.).

Необходимо внедрение в кормопроизводство передовых технологий и достижений НТР. Например, традиционные рационы с многокомпонентным набором кормов не удовлетворяют с современным требованием и не соответствуют условиям необходимым для кормления скота. Большое значение в решении этих задач отводится применению научно-обоснованных систем многокомпонентных зерносенажного типа, позволяющих с максимальной эффективностью использовать корма и снижать потери при их заготовке, хранении и подготовке их к скармливанию.

В хозяйстве сложился силосно-сенной тип кормления коров. Наибольшее внимание хозяйству следует уделить на заготовку более качественного сена, т.к. сено является одним из лучших видов корма для скота в зимний период. Чтобы добиться высоких урожаев трав необходимо рационально и эффективно использовать сенокосы. Рациональное использование сенокосов складывается из следующих обязательных элементов: установление сроков, очередности и высоты скашивания, выборов способов использования в течение сезона и по годам, технического ухода за сенокосом.

Силос также является одним из основных и ценных кормов заготавливаемых в хозяйстве. Это питательный молокогонный корм. Поэтому для повышения качества заготавливаемого силоса необходимо следить за его влажностью (влажность силосной должна быть 65-70%, чтобы сохранилась питательная ценность трав, особенно сахар), предельно быстро и без разрывов в работе закладывать зеленую массу в силосные сооружения, тщательно проводить трамбовку, а укрытие траншей следует производить пленкой для большей герметизации заложенной силосной ямы. [3].

Предлагается внедрение силосоуборочного комбайна Ягуар, который по сравнению с используемым в хозяйстве КПИ-2,4 позволит снизить затраты на горючее, заработную плату рабочих и получить дополнительную для хозяйства выручку. Расчет эффективности от его внедрения представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Экономическая эффективность использования комбайнов при заготовке силоса

Показатели	КПИ-2,4	Ягуар
Стоимость, тыс. руб.	1000	5000
Норма выработки за 8 ч. Смену, т	250	500
Расход топлива, л /га	19	6
Коэффициент пересчета горючего	0,85	0,85
Расход топлива всего, ц	6,92	2,13
Цена 1 ц ГСМ, руб.	1700	1700
Стоимость горючего всего, руб.	11764	3621
Оплата труда с начислениями за 1т, руб.	9,5	5,6
Оплата всего, руб.	36192	21336
Амортизация, тыс. руб.	300	750
Всего затрат, тыс. руб.	347,959	774,957
без амортизации: руб.	47959	24957
на 1 т.	12,59	6,55
Экономия затрат, тыс. руб.	-	23
Дополнительная выручка, руб.	-	1242858
Срок окупаемости, лет	-	4,02

При использовании комбайна Ягуар при заготовке силоса экономия затрат составит 23000 руб.

Одновременно с увеличением количества кормов надо заботиться об их качестве. Для этого необходимо внедрять прогрессивные технологии их заготовки и хранения, обеспечивающие более полное и интенсивное использование кормовых угодий и удешевление кормов. Чтобы повышать качество кормов, надо строго соблюдать технологию их уборки и хранения.

Большие потери допускаются при заготовке силоса и его хранении и использовании, особенно в морозные и снежные зимы. При несоблюдении технологии закладки он нередко промерзает, особенно при повышенной влажности, и портится. Хозяйство не имеет достаточное количество качественных траншей для закладки и хранения силоса, что неизбежно вызывает повышенные потери корма и его качества в процессе заготовки и хранения. [2]

Для сокращения потерь силоса и его качества в процессе закладки и хранения необходимо заменить традиционную закладку силоса в траншеи на закладку силоса в рукава «Аг-Баг». Его вместимость – 200 т, рукав стоит 8000 руб. Он позволяет сократить потери силоса при хранении, повышает его качество. Рукав можно хранить рядом с комплексом, что снижает затраты на транспортировку силоса из траншеи. Закладка силоса в рукава «Аг – Баг» – самая прогрессивный и эффективный способ заготовки

силоса. Он позволяет сохранять питательные вещества и повысить вкусовые качества силоса.

Также для улучшения качества силоса следует при закладке обогащать его азотом, органическими кислотами (пропионовой, муравьиной, уксусной). Эта технология позволяет снизить потери питательных веществ в 2 – 2,5 раза, кроме того, позволяет убирать силосные культуры даже в неустойчивую погоду и сохранить до 95 % питательных веществ исходного сырья. [1] Эти мероприятия позволят увеличить качество заготавливаемых кормов с 3 класса до 2 класса и, возможно, до 1 класса.

В связи с повышением питательности кормов (силоса) увеличится выход производимой продукции (молока), при реализации которой будет получена дополнительная выручка в размере 1242858 рублей.

Литература:

1. Завражнов А.И., Николаев Д.И. Механизация приготовления и хранения кормов.- М.: Агропромиздат, 2007.
2. «Нормы и рационы кормления сельскохозяйственных животных», под ред. Калашникова А.П., М.: «Агропромиздат», 2010.
3. «Организация и управление производством на сельскохозяйственном предприятии», под ред. Водяникова В.П., М.: «КолосС», 2005.
4. Организация сельскохозяйственного производства / Ф.К.Шакиров, В.А.Удалов, С.И. Грядов и др.; Под ред. Ф.К.Шакирова.- М.: Колос, 2001.

УДК 637.23.008

*Н.А. Немова, студентка 643 группы экономического факультета
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Современное состояние производства сливочного масла на российском рынке

Продовольственная проблема была и остаётся одной из главных проблем, волнующих население нашей страны. Молочный подкомплекс является одним из важнейших составных частей АПК, главной задачей функционирования которого является удовлетворение потребностей общества в молочной продукции при определенном уровне доходов населения.

В связи с этим исследование состояния производства сливочного масла на российском рынке является весьма актуальной задачей.

Целью данного исследования является изучение состояния, проблем и основных направлений производства сливочного масла на российском рынке. В соответствии с поставленной целью актуальны следующие задачи исследования: выявление особенностей развития производства сливочного

масла и разработка приоритетных направлений и рекомендаций по совершенствованию производственного потенциала отрасли маслоделия.

Объектом исследования являются хозяйствующие субъекты АПК на российском рынке. Предметом исследования является широкий спектр вопросов, связанных с выявлением основных проблем при производстве сливочного масла на предприятиях АПК.

В дореформенный период производство сливочного масла было поставлено на промышленную основу, был разработан новый метод его получения поточным способом с использованием сепараторов для высокожирных сливок и специальных аппаратов для их преобразования в сливочное масло.

Высокие темпы роста маслодельной отрасли вывели СССР в число мировых лидеров по производству сливочного масла с объемом производства 1,7 млн. тонн в год.

Переход к рыночной экономике создал условия, в которых сохранение ранее достигнутых объемов производства стало невозможным. Главной причиной этого явилось резкое сокращение численности дойного стада и, как следствие, падение объема производства молока, а также снижение уровня господдержки предприятий, выпускающих сливочное масло. Переориентация многих предприятий на увеличение выработки цельномолочной продукции привела к снижению объемов производства сливочного масла в 3 раза по сравнению с дореформенным периодом.

Самым уязвимым из всех молочных продуктов оказалось сливочное масло, затраты молока на производство которого в стране постепенно сокращаются. Основная причина этого в том, что полноценное сливочное масло - продукт молокоемкий, чем выше качество масла, тем больше требуется молока на его производство и выше его себестоимость. Эти две причины - сокращение надоев молока и низкая покупательная способность основной части населения и привели к резкому сокращению его производства.

Современное развитие маслодельной отрасли носит неустойчивый характер - за последние годы роста производства не происходит. Отрасль характеризуется неэффективным использованием имеющегося производственного потенциала, высокой ресурсоемкостью выпускаемой продукции, недостаточной глубиной и комплексностью переработки сырья, значительными потерями сырья и готовой продукции при транспортировке, переработке и хранении, низким уровнем механизации и автоматизации производства.

Низкий технический и технологический уровень предприятий, высокий уровень применения ручного труда приводит к значительным потерям сырья и готовой продукции, ухудшению экологии. В конечном итоге это снижает эффективность маслодельного производства и не создает экономи-

ческой базы для формирования инвестиционного процесса для модернизации отрасли.

Производство сливочного масла является в России низко рентабельным, а иногда и убыточным. Молочное сырье направляется на выработку более рентабельной продукции, поэтому масло продолжает оставаться побочным продуктом при выработке сухого молока и сыров. Практически ни одно предприятие отрасли не производит полноценное сливочное масло в больших объемах.

К тому же в последние годы потребление сливочного масла снизилось в пользу маргаринов и, так называемых, «легких» масел. На рынке в больших объемах присутствует сливочное масло, произведенное с использованием растительных добавок. По оценке Роспотребнадзора, его доля колеблется в пределах от 20 до 40 %.

Основной проблемой производства масла является недостаток качественного сырья и, как следствие, недоиспользование производственных мощностей предприятий. В структуре затрат высокий удельный вес по-прежнему занимает стоимость сырья и основных материалов (70 %). [1]

В текущем году рынок сливочного масла характеризуется низкими показателями производства внутри страны, основной причиной которых является дефицит сырья, – и, как следствие, высокими показателями импорта. Отечественного масла не хватает для удовлетворения потребительского спроса. Около 40 % спроса удовлетворяются за счет импорта.

Стоит отметить, что вместе с ростом объемов импорта сильно выросла и доля импортной продукции в структуре рынка. Относительно результата предшествующего года она увеличилась почти на 4%. Как прогнозируется, рост доли импорта на этом не остановится: ведь отрицательная динамика российского производства масла вполне этому способствует.

Обращаясь к цифрам, нужно отметить, что за январь – июнь 2013 г. было произведено 102 000 т сливочного масла, что на 4% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Это второй рекордно низкий полугодовой показатель производства за последние 10 лет. Ниже производство фиксировалось лишь в 2009-м – на уровне 101 000 т. Фиксируемые ежемесячные приросты производства в среднем за март – июнь 2013 г. составили 9%. При этом годом ранее за указанный период средний прирост составлял 10%, а в 2011 г. средний ежемесячный прирост был 15%.

В разрезе видов сливочного масла за первое полугодие 2013 г. произвели 9267 т сладкосливочного масла с массовой долей жира от 80 до 85%, или 9,1% от общего объема; 87 266 т сладкосливочного масла с массовой долей жира от 50 до 79%, или 85,3% от общего объема; 2187 т стерилизованного сливочного масла, или 2,1% от общего объема; 3273 т подсырного сливочного масла, или 3,2% от общего объема производства. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года производство сладко-

сливочных масел и стерилизованного масла сократилось, а вот производство подсырного масла выросло в 4,4 раза.

Основное производство сливочного масла сосредоточено в Приволжском ФО, где по итогам первого полугодия 2013 года произведено более 35% сливочного масла, еще 27% сливочного масла произвели в Центральном ФО, соответственно на долю остальных ФО приходится 38% производства.

Регионами – лидерами по производству сливочного масла по итогам первого полугодия 2013 г. являются Воронежская область, Республика Татарстан, Алтайский край, Краснодарский край и Пермский край. Причем двадцаткой регионов-лидеров производится 68,5% сливочного масла, и на первую пятерку регионов приходится 29,7% производства. [2]

Основной задачей молокоперерабатывающих предприятий Вологодской области является обеспечение населения региона высококачественной, полезной для здоровья продукцией. Польза масла, как натурального продукта, бесспорна. Вологодское масло обладает высоким качеством. Следует отметить, что основными поставщиками молока-сырья на предприятия молочной промышленности являются сельхозпредприятия региона.

Ассортимент вологодской молочной продукции от классических молочных продуктов до сухого молока и молочных консервов широко известен по всей России. Только в прошлом году местные молочные комбинаты и молокозаводы направляли свою продукцию в 17 российских регионов. Ядро отрасли – пять ведущих предприятий, где перерабатывается 80% поступающего сырья: старейшее молочное предприятие Вологодчины – «Вологодский молочный комбинат», «Учебно-опытный молочный завод ВГМХА», Череповецкий молочный комбинат, ЗАО ПТК «Северное молоко», ОАО «Сухонский молочный комбинат».

Гордостью и визитной карточкой области по праву является знаменитое «Вологодское» масло с характерным только для него оригинальным вкусом. «Вологодское» масло – это уникальный продукт, который славится высоким качеством, так как производится по классическим технологиям без использования растительных компонентов.

Молочная продукция, производимая на Вологодчине, ценится, прежде всего, благодаря вологодскому маслу, которое с недавнего времени является защищаемым и географически локализованным продуктом, выпускать который могут 7 молочных заводов Вологодской области. Молочные комбинаты Северо-Запада производят 12% цельномолочной продукции России. Вологодская область по данному показателю занимает 16 место в стране. По изготовлению масла – 21 место. Несмотря на отсутствие лидерства в объемных показателях, Вологодчина, за счет специфики ассортимента, высокого уровня культуры производства, а также современной технической оснащенности заводов, является одним из «молочных» центров России.

Для совершенствования производственного потенциала маслодельных предприятий и цехов необходимы следующие мероприятия:

модернизация существующих маслодельных предприятий путем оснащения их современным высокоэффективным оборудованием по производству сливочного масла и его фасованию;

государственная поддержка предприятий, специализирующихся на производстве сливочного масла, при приобретении нового оборудования, техническом перевооружении

Решение ключевых проблем связано с ростом объемов производства продукции, модернизацией имеющегося производственного потенциала, повышением использования производственных мощностей действующих предприятий по производству сливочного масла, увеличением глубины и комплексности переработки сырья, повышением уровня механизации и автоматизации производства, решением задач по улучшению экологии.

Для достижения предполагаемых мероприятий необходимо решить следующие задачи:

- сформировать необходимые объемы молока-сырья в регионах страны для выработки сливочного масла;

- осуществить модернизацию и техническое перевооружение цехов и участков по производству сливочного масла;

- обеспечить вовлечение в хозяйственный оборот вторичных ресурсов, получаемых при производстве сливочного масла;

- уменьшить ресурсоёмкость производства сливочного масла за счет использования современных технологий, снизить энергопотребление и решить вопросы экологического характера;

- расширить ассортимент выпускаемой продукции, в том числе и экологически чистой, за счет внедрения инновационных технологий, повышающих пищевую и биологическую ценность продуктов, применения упаковочных материалов нового поколения;

- сформировать дополнительные организационно-экономические механизмы, направленные на создание стимулов для увеличения объемов производства;

- обеспечить подготовку предложений по созданию эффективного механизма таможенно-тарифного регулирования импорта сливочного масла из стран дальнего зарубежья, а также механизмы регулирования их товарооборота в условиях функционирования Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации.

Литература:

1. Акишин А.С. Продовольственная безопасность России: состояние и перспективы // Аграрная наука. 2000. № 1.

2. Приказ Минсельхоза РФ от 12 октября 2010 г. № 349 «Об утверждении отраслевой целевой программы "Развитие маслоделия и сыроделия России на 2011-2013 годы"»

3. <http://www.ikar.ru/press/1646.html>

4. http://vologda.news-city.info/docs/sistemsiv/dok_oegxui.htm

5. <http://www.roskurs.ru/slivochnoe-maslo/podrobnee.php>

УДК 658.155:637.1

А.С. Пашина, студентка 643 группы

*Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Совершенствование организации производства молока в МУП «Дружба» Няндомского района Архангельской области

Стабильное обеспечение населения страны продуктами питания является основной задачей государства в решении проблемы продовольственной безопасности. Особое место на продовольственном рынке занимает рынок молока и молочной продукции, так как эти продукты традиционно занимают одно из ведущих мест в пищевом рационе населения России. Сокращение объемов производства молока и уменьшения его поступления на перерабатывающие предприятия обуславливают снижение объемов и эффективности производства молочных продуктов, ухудшение обеспеченности ими населения отдельных регионов и страны в целом, что негативно сказывается на уровне продовольственной безопасности государства.

В настоящее время производство молока, как и все сельское хозяйство, находится в затяжном кризисе. Это выразилось в уменьшении поголовья скота молочного направления, снижения его молочной продуктивности, и как следствие, в падении общего объема производства молока, сокращении экономической эффективности производства молока. [1]

Цель исследования: разработать мероприятия повышения эффективности производства молока в СХ МУП «Дружба» Архангельской области

Задачи:

-Выявить недостатки в организации производства молока;

-Разработать рекомендации по устранению выявленных недостатков.

Одна из основных особенностей современного периода заключается в уменьшении выпуска отечественной молочной продукции до 40% от объема нормативного потребления.

Данные по эффективности молочной отрасли хозяйства за последние три года представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Показатели эффективности производства молока в МУП «Дружба» за 2011-2013гг.

Показатели	2011г.	2012г.	2013г.	2013г. в% к 2011г.
Среднегодовое поголовье, голов	885	876	850	96,0
Валовое производство молока, ц	39336	38500	35842	91,1
Удой на корову, кг	4444,7	4395,0	4217	94,9
Себестоимость 1ц молока, руб.	728,4	810,1	1044,9	143,5
Затраты труда на 1ц молока, чел.-ч.	6,86	6,03	6,08	88,6
Реализационная цена 1ц молока, руб.	1021,5	900	1225,0	119,9
Полная себестоимость 1 ц молока, руб.	733,1	810,1	1050,0	143,2
Уровень товарности,%	93,5	92,4	92,4	-
Прибыль на 1ц. молока, руб	288,4	90,6	175,0	60,7
Уровень рентабельности, %	39,3	11,2	16,6	-

Как видно из таблицы 1, в хозяйстве в 2013 г. по сравнению с 2011 г. снизилось поголовье коров на 4%, удой на одну корову на 5,1% , что повлияло на уменьшение прибыли на 1ц. молока на 39,3%. Снижается трудоемкость производства молока. Увеличивается себестоимость одного центнера молока на 43,5%, в основном за счет повешения затрат на корма. Исходя из вышеперечисленных показателей, в целом производство молока становится менее рентабельным, не смотря на то, что цена реализации 1центнера молока возросла на 19,9%.

Таблица 2 - Исходные данные для расчета упущенной выгоды при выбраковке коров

Показатель	2013 г.
Поголовье	885
- коров	850
- нетели	35
- первотелки	143
Выбраковка, %	
- коров	23,4
в т.ч. первотелки	7
Продуктивность (удой), ц	4,380
Сохранность телят, %	91
Затраты на ветеринарию, тыс. руб.	300
Себестоимость 1 л молока	10,57
Цена реализации 1л молока	12,2
Цена реализации 1кг мяса	55,6
Причины выбраковки, %	23,4
- Болезнь	23,4
в т.ч. заболевание вымени (маститы)	11,7
Естественная выбраковка	11,7

Преждевременная выбраковка коров всегда убыточна для хозяйства, причем это касается как слишком раннего (по причине болезни), так и чересчур затянутого обновления поголовья. В таблице 2 представлены исходные данные для расчета потерь предприятия в результате повышенной выбраковки животных.

В появлении мастита и заболеваний репродуктивных органов в целом винят плохую экологическую обстановку (переохлаждение.), наличие в кормах токсических веществ и снижение уровня лечебно-профилактических работ.

Причиняемый этой болезнью экономический ущерб складывается из прямых и косвенных убытков. Основными из них являются: снижение молочной продуктивности, увеличение заболеваемости телят, ухудшение качества молока и молочных продуктов, увеличение количества бесплодных коров и расходы на организацию, и проведение противомаститных мероприятий.

Наибольшая частота маститов наблюдается зимой в коровнике с бетонными полами. Экономя электроэнергию, подогрев включают незадолго до пригона скота на вечернюю дойку и помещения не успевают прогреться. Летом наблюдалась резкое увеличение частоты маститов из-за отключения электроэнергии 2 раза по 1 и 2 суток соответственно. Все это время коровы оставались недоенными. В результате сократились надои и заболеваемость маститом возросла.[2]

Так как срок продуктивности молочных коров составляет в среднем 2,5 года, потери при выбраковке коров в год составят (табл. 3) около 6,4 млн. руб. Это без учета потерь от рождения телят, которые вследствие приносят молоко, а затем новый приплод.

Таблица 3 - Потери при выбраковке 39 коров по вет. факторам

Показатель	Упущенная выгода, тыс. руб.			Общая сумма потери при выбраковке коров (тыс. руб.)
	2011г. (12 месяцев)	2012г. (12 месяцев)	2013г. (6 месяцев)	
Молоко	2006,4	2006,4	1003,2	5016,0
Приплод	189,4	189,4	94,7	473,5
Молоко			909,9	909,9
Итого:				6399,4

Выбраковка первотелок приводит к еще более значительным потерям (таблица 4).

Общая сумма потери в хозяйстве в расчете на 60 голов выбракованных первотелок за пять лет составила около 33 млн. руб.

Несомненно, снижение этих потерь является ключом к успеху, поэтому необходимо предпринять меры по их устранению.

Мероприятия по профилактике и устранению мастита комплексные и в основном общего характера, они также препятствуют возникновению других заболеваний и наоборот.

Таблица 4 - Потери при выбраковке первотелок в 2013 г.

Выбраковка первотелок, голов	Потери при выбраковке коров (тыс. руб.)/ 60 голов					Всего
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Молоко	3086,8	3086,8	3086,8	3086,8	3086,8	15434,0
Приплод	291,4	291,4	291,4	291,4	291,4	1457,0
Молоко			2778,2	2778,2	2778,2	8334,6
Приплод				262,2	262,2	524,4
Молоко				2469,5	2469,5	4939,0
Приплод					233,1	233,1
Молоко					2212,2	2212,2
Итого:						33134,3

Поэтому необходимо увеличить затраты на ветеринарию в профилактических целях для снижения выбраковки коров.

Очевидно, что профилактика – наиболее эффективный способ борьбы с маститом. Одним из средств профилактики является вакцинация. Но для создания устойчивого иммунитета необходимы комплексные исследования микрофлоры хозяйства с целью выявления наиболее распространенных возбудителей мастита (золотистый стафилококк, стрептококки, кишечная палочка). Вакцинация будет проводиться именно против этих микробов.[3]

Своевременное и грамотное осуществление предложенных мероприятий позволит сельскохозяйственным организациям избежать значительных потерь при производстве молока, что положительно отразится на эффективности отрасли.

Литература:

1. Алексанов, Д.С., Кошелев, В.М. Экономическая оценка инвестиций - М.: Колос–Пресс, 2002. – 382 с.: ил. – (Учебники и учеб пособия для студентов высш. учеб. заведений).
2. Барцева, Г. Л. Закономерности формирования и перспективы развития регионального рынка молока и молочной продукции: дис. канд. экон. наук: 08.00.05: защищена 28.11.02: утв. 24.05.03/ Барцева Галина Львовна. – Ярославль, 2002. – 242 с.
3. Буробкин, И.Н., Казаринов, Б.Н. Специфика развития животноводства на современном этапе.//Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2005 - №1, с.18-20.

УДК 664.61.001.76

*А.С. Пашина, студентка 643 группы
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Совершенствование организации производства хлебо-булочных изделий на хлебопекарне ИП Крехалева Е.А. Няндомского района Архангельской области

Хлеб и хлебобулочные изделия - неотъемлемая часть рациона любого человека. Возможно, в силу определенных традиций в России хлеб играет еще большую роль, чем в других странах: «хлеб - всему голова». Но, несмотря на многообразие и огромный ассортимент хлебобулочных изделий (более 100 сортов хлеба, печенье, кексы, булочки, пирожки, праздничные куличи, сухарики и т.д.), по-настоящему вкусный хлеб найти очень нелегко.[1]

Целью исследования является совершенствование организации производства хлебобулочных и кондитерских изделий на хлебопекарне ИП Крехалева Е.А. на основе применения инновационных ресурсосберегающих технологий.

Задачи:

- разработка мероприятий по совершенствованию организации производства;
- расчет экономической эффективности разработанных мероприятий.

Объект исследования - хлебопекарня ИП Крехалева Е.А.

Предметом исследования является организация хлебобулочных изделий на хлебопекарне ИП Крехалева Е.А.

Хлебозавод ИП Крехалева Е.А. был образован в 1997 году в маленькой пекарне в поселке Шестиозерье, в 1998 году индивидуальный предприниматель Крехалев Василий Михайлович выкупил здание кухни-столовой бывшего Военторга 285 находящегося на территории микрорайона Каргополь-2 Няндомского района. в 2001 году там же приобрели здание бывшего штаба военных для расширения производства и размещения органов управления. К 2005 году здание было полностью восстановлено. В 2010 году вся деятельность была переоформлена на супругу - Крехалеву Екатерину Аркадьевну, которая по настоящий момент продолжает развивать семейный бизнес.

Основными видами деятельности предприятия являются: организация общественного питания и производство хлебобулочных и кондитерских изделий и реализация их на территории Няндомского района.

Внутренним потенциалом снижения потребления ресурсов на предприятиях хлебопекарной промышленности обладает внедрение нового высокопроизводительного оборудования, позволяющего значительно увеличить производительность труда, улучшить качество продукции, а также достичь энергосбережения на всех стадиях производства печеного хлеба.

Основные потребители энергии на предприятиях отрасли – паровые котлы и хлебопекарные печи.[2]

Как известно, при выпечке хлеба тестовая заготовка превращается в готовый продукт в результате ее прогревания, при этом в пекарной камере хлебопекарной печи температура паро-воздушной среды составляет 200-280⁰С. Для выпечки 1 кг хлеба необходимо затратить 300-550 кДж энергии. Одновременно в хлебопекарных печах удельный расход пара в расчете на 1 т выпеченного хлеба составляет 180-300 кг.

Производительность хлебопекарного предприятия зависит от основного вида технологического оборудования, а именно – типа хлебопекарной печи. На ряде хлебопекарных предприятий региона и до настоящего времени хлеб выпекают в печах устаревшей модели – ФТЛ-2, в то время как отечественное пищевое машиностроение давно освоило выпуск современных, менее энергоемких печей. В рыночных условиях при жесткой конкурентной борьбе за каналы сбыта продукции, модернизация оборудования является неотъемлемой частью повышения экономической эффективности производства и ресурсосберегающей политики. [3]

Электрод печь ЕМБ 066/3 ТРЭ – печь, не имеющая аналогов в Европе. Данная печь производится на предприятии ООО «БелГрад», специализирующимся на выпуске хлебопекарных и кондитерских печей. «БелГрад» относится к немногим машиностроительным заводам, который сертифицирован на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001, что является подтверждением качества оборудования и его соответствия мировым стандартам. Печи производства «БелГрад» защищены патентами РФ.

Особенность данной печи:

- применение теплоизоляции из отражающей алюминиевой фольгой и слоя минеральной ваты;

- применение 3-х рециркуляционных вентиляторов (основной признак, отличающий от других отечественных производителей печей) обеспечивает интенсивный теплообмен между циркулируемым воздухом и теплообменником (ТЭНами) с одной и тестозаготовок с другой стороны, что приводит к сокращению времени выпечки изделий.

Подача рециркуляционного (подогретого) воздуха с двух боковых сторон и засасывание его через вращающуюся тележку обеспечивает симметричную тепловую нагрузку и равномерное пропекание выпекаемых изделий, без реверсного вращения тележки:

- минимальный расход на профилактическое обслуживание;

- возможна круглосуточная работа с остановками на профилактическое обслуживание электродеталей раз в 10 дней.

Система пароувлажнения, состоящая из 3-х парогенераторов установленных в зоне интенсивного движения подогретого воздуха, с контактной поверхностью около 8 м², обеспечивает быстрый подогрев парогенераторов и достаточное количество пара и при выпечки мелкоштучных изделий, со сравнительно коротким временем выпечки;

- подвод пара одновременно и непосредственно над всеми тестовыми заготовками с двух сторон обеспечивает его рациональное использование. Регулировка объёма воды, поступающей в парогенератор, осуществляется автоматически с помощью таймера, либо вручную. Клапан паросброса исключает повышение давления в печной камере.

Теплообменник изготовлен из комбинации “чёрной” и жаростойкой, легко доступной стали.

Возможна поставка печи в сборно-разборном варианте или из 2-х частей. Тележка изготовлена: из нержавеющей стали, с 6-ю колесами, с равномерным распределением нагрузки, не требующие частого ухода и смазки. Легко движется по неровному полу.[4]

Стоимость данной печи оценивается в 1850 тыс. руб.

В работе рассмотрена замена электропечи ИЭТ-74-И1, предназначенной для выпечки хлебобулочных изделий на электропечь фирмы ООО «БелГрад» модели 2007г. ЕМБ 066/3 ТРЭ. Рассчитаны экономическая эффективность от замены старого оборудования, срок окупаемости.

Параметры электропечей ИЭТ-74-И1 и ЕМБ 066/3 ТРЭ представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Параметры электропечей ИЭТ-74-И1 и ЕМБ 066/3 ТРЭ

Наименование	Вместимость в загрузке			Наружные размеры, см.			Установленная эл. мощность не более, кВт/ч
	Форм, шт.	Противней		А	Б	В	
		Шт.	Размер, см.				
ИЭТ-74-И1	126	15	60*90	177,60	263,50	266,00	71,00
ЕМБ 066/3 ТРЭ	135	18	66*66	71,00	120,00	130,00	56,00

Сравнить данную электропечь с электропечью, стоящей на балансе предприятия ЗАО «Каргопольский хлебокомбинат» можно с помощью ниже приведенной таблицы 2.

Расчет эффективности печи производится с учетом того, что одна печь выпекает за год хлеба «Дарницкого» в количестве 342,83 тыс. шт. Для производства определенного количества «Дарницкого» хлеба требуется на электропечи, установленной на предприятии, 1904,61 часов в год и за-

траты на электроэнергию 265,045 тыс. руб., а при использовании электропечи ЕМБ 066/3 ТРЭ соответственно 1777,61 и 195,11 тыс.руб.

Таблица 2 - Сравнительный анализ ИЭТ-74-И1 и ЕМБ 066/3 ТРЭ

Показатель	Вид электропечи		Абсолютное отклонение, (+,-)
	ИЭТ-74-И1	ЕМБ 066/3 ТРЭ	
Кол-во форм при полной загрузке, шт.	126,00	135,00	9,00
Время изготовления хлеба, час	0,70	0,70	0,00
Производительность, шт./час	180,00	192,86	12,86
Время работы электропечи за год, час	1904,61	1777,61	-133
Выпуск хлеба за год, тыс. шт.	342,83	342,83	0,00
Цена 1шт., руб.	11,00	11,00	0,00
Выпуск хлеба за год, тыс. руб.	3771,13	3771,13	0,00
Мощность, кВт/час	71,00	56,00	-15,00
Стоимость 1 кВт/час	1,96	1,96	0,00
Затраты электроэнергии, тыс. руб./год	265,045	195,11	-69,94
Другие затраты	2450,12	2450,12	0
Себестоимость продукции	2715,165	2645,23	-69,94
Прибыль от применения электропечи, тыс. руб.	1055,97	1125,9	69,93
Рентабельность данной электропечи, %	28,00	29,86	1,86

Для производства определенного количества «Дарницкого» хлеба требуется на электропечи, установленной на предприятии, 1904,61 часов в год и затраты на электроэнергию 265,045 тыс. руб., а при использовании электропечи ЕМБ 066/3 ТРЭ соответственно 1777,61 и 195,11 тыс.руб. Таким образом, если ввести в производство новую печь, снизятся затраты по времени на 133 часа в год, затраты на электроэнергию на 69,94 тыс. руб. в год. Рентабельность данной электропечи на 1,86 % больше, чем у печи, имеющейся на предприятии.

Срок окупаемости электропечи на хлебопекарне представлен в таблице 3.

Таблица 3 - Срок окупаемости электропечи ЕМБ 066/3 ТРЭ

Показатель	Значение
Объем реализации Дарницкого хлеба, тыс. руб.	3771,13
Удельный вес Дарницкого хлеба в продукции, %.	53
Себестоимость продукции до ввода новой электропечи, тыс. руб.	2715,165
Себестоимость Дарницкого хлеба при новой электропечи, тыс. руб.	2645,23
Прибыль от реализации Дарницкого хлеба после ввода новой электропечи, тыс. руб.	1125,9
Стоимость электропечи ЕМБ 066/3 ТРЭ, тыс. руб.	1850,00
Срок окупаемости, лет	1,64

Срок окупаемости электропечи ЕМБ 066/3 ТРЭ, от производства «Дарницкого» хлеба, составляет 1,64 лет.

Таким образом, при реализации намеченных мероприятий на хлебопекарне может дополнительно получить прибыль в размере 69940 рублей

Литература:

1. . Аграрная экономика: Учебник/Под ред. М.Н.Малыша - СПб.: Лань, 2002-688с.
2. Васильченко А.Н. и др. Новые хлебопекарные печи. Хлебопечение России, 2005. №6 с.34-35
3. Воротников И.Л., Пилипюк В.Л. Ресурсосберегающие инновационные процессы в хлебопекарной промышленности. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2005. №4 с.30-31
4. Кожекин Г.Я., Сеница Л.М. Организация производства: Учеб. Пособие – Мн.: ИП «Экоперспектива», 1998. – 334 с.

УДК 657.075.8

М. В. Питерякова, студентка 643 группы
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Актуальные направления совершенствования отрасли молочного скотоводства

Молочное скотоводство является одной из важнейших животноводческих отраслей. Это направление обеспечивает рост экономической эффективности в сельском хозяйстве и производстве. В последнее время, в данной отрасли происходят значительные изменения, связанные с новыми условиями и новыми рыночными отношениями. Резкое повышение цен на товары сельскохозяйственного направления, горюче-смазочные материалы, корма и сельхозтехнику обусловили кризис в животноводстве молочного направления, который незамедлительно привел к резкому снижению поголовья крупного рогатого скота и уменьшению уровня молочной продуктивности. В данных условиях хозяйства вынуждены искать пути выхода из сложившейся ситуации, используя все способы для того, чтобы сохранить молочное скотоводство, уменьшить затраты труда на единицу продукции, снизить расход кормов и средств на содержание хозяйства. Цель работы – представить возможные перспективы развития отрасли в России. Задачами являются: оценка настоящего состояния отрасли, предложение вариантов развития, разработка выводов. Объект исследования – отрасль молочного скотоводства в России. Методами исследования послужили: сравнение, индукция и дедукция, экстраполяция.

В Российской Федерации в 2012 году объем производства молока составил 31,83 млн. т (для сравнения в 2008 году – 32,36 млн. т, в 1990 году – 55,72 млн. т). В последние годы структура производства молока по категориям хозяйств изменилась. Если в 1990 году на долю сельскохозяйственных организаций приходилось 76,1% от общего объема производства молока, хозяйств населения – 23,9%, то в 2012 году на долю сельскохозяйственных организаций приходилось 46,3%, хозяйств населения – 48,3%, крестьянских (фермерских) хозяйств – 5,4%. Поголовье крупного рогатого скота на 1 сентября 2013 года составило 21 млн. голов, в том числе коров – 8,8 млн. голов (поголовье крупного скота на 1 января 2009 года – 21 млн. голов, в том числе коров – 9,1 млн. голов, на 1 января 1991 года – 57 млн. голов, в том числе коров – 20,6 млн. голов).

В целом ресурсы рынка молока и молокопродуктов на 80% формируются за счет отечественной продукции. Вместе с тем в период с 2008 года по настоящее время отмечается рост импорта молочной продукции (в пересчете на молоко) с 7,3 млн. т в 2008 году до 8,2 млн. т в 2012 году (на 12,4%). В частности, в первое полугодие 2013 года по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года импорт в Россию основных видов молочной продукции в пересчете на молоко увеличился на 4,2% и составил порядка 4,56 млн. т. По состоянию на 18 сентября 2013 года также увеличился импорт масла сливочного на 40,6%, сухого молока – на 37,6%, сыра – на 5,9%.

В молочном животноводстве остается ряд нерешенных проблем. Из-за высокого уровня процентных ставок по кредитам, задолженности по выплате субсидий из федерального и регионального бюджетов, недостаточного срока субсидирования процентных ставок по инвестиционным кредитам (8 лет) сохраняется высокая закредитованность хозяйств. Актуальным остается и вопрос развития инфраструктуры на селе. Вопреки всем трудностям животноводческих хозяйств страны, рентабельность молочного скотоводства существует. При умелом подходе к проблеме и применении последних разработок в области науки и использования передового опыта, хозяйства добиваются сохранения своего поголовья. Продукция животноводства - это биотехнология, представляющая систему, стержень которой - животное. Генетический потенциал животного невозможно раскрыть без внедрения достижений в области зоотехники и ветеринарии, при неграмотном подходе к кормлению и уходу.

В настоящее время можно выделить следующие основные направления развития молочного скотоводства: полная эффективная интенсификация за счёт улучшения генетики коров, обеспечения полноценного кормления животных, своевременная заготовка и грамотное хранение кормов. Для молочного скотоводства играет роль не только количество, но и качество потребляемого животными корма. Он обязательно должен содержать все необходимые для организма коров компоненты, которые

будут способствовать нормальному обеспечению всех потребностей организма коровы. [1]

В Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы реализация экономически значимых региональных программ в области молочного животноводства определена в качестве одного из основных направлений. Общий объем финансирования региональных программ развития молочного животноводства в 2013 году составляет 29,7 млрд. рублей, в том числе из федерального бюджета – 1,1 млрд. рублей, регионального бюджета – 2,8 млрд. рублей и внебюджетных источников – 25,8 млрд. рублей. Начиная с 2013 года предусмотрено оказание нового вида государственной поддержки сельскохозяйственных производителей молока – выделение субсидий на 1 кг реализованного (товарного) молока не ниже первого сорта, сумма которых из федерального бюджета в 2013 году составляет 9,5 млрд рублей. [2]

Оценив существующее положение дел в молочном скотоводстве, можно предложить следующие мероприятия:

1. Увеличение срока продуктивного использования коров с 2,5-2,7 отелов до 4-5 отелов. Зоотехнической наукой доказано, что полостью генетический уровень продуктивности коров молочного направления реализуется к 4-му - 5-му отелам. При выбраковке и замене ежегодно в стаде 30% и более лактирующих коров не реализуется имеющийся продуктивный потенциал пород, за счет чего сдерживается рост производства и продуктивности, возрастают издержки и снижается конкурентность продукции.

2. Приготовление сбалансированных кормовых смесей с учетом физиологических потребностей отдельных животных и их нормированное кормление. Данное мероприятие невозможно обеспечить без применения инновационной техники - электронных взвешивающих устройств, дозаторов, смесителей и кормовыдающих систем. При индивидуальном подходе к нормированию кормления, разумеется, с учетом физиологических требований коров, повышается их молочная продуктивность на 20-28%. За счет нормированной выдачи животным только комбикормов можно повысить продуктивность на 12-15% и на 10-12% уменьшить потребление кормовых ресурсов.

3. Доеение в автоматических доильных установках «Робот», в которых выполнение всех операций производится с учетом индивидуальных особенностей коров в автоматическом режиме, можно отнести к *классическому принципу использования инновационных достижений в механизации и автоматизации животноводства.* Однако принцип свободного доения коров в «Роботах» в российских условиях (при стоимости 2-х доильных мест 8-10 млн руб., или в расчете на одну корову по 35-50 тыс. руб., что в 20-30 раз больше в сравнении с автоматизированными доильными

установками), необходимо применять только в предприятиях, где созданы экономические и технологические предпосылки, например, продуктивность коров не менее 8,0 тыс. кг молока в год, уровень оплаты труда операторов не менее 20-25 тыс. руб. в месяц, рентабельность производства молока не ниже 35-40%.

4. Охрана окружающей среды от отходов животноводства. Может эффективно осуществляться только на базе использования инновационных достижений и результатов фундаментальной науки по таким направлениям, как агрохимия, физиология растений, электроника физика и др. Исследования показывают, что увеличение производства, повышение эффективности продукции животноводства будет обеспечиваться за счет осуществления следующих инженерно-технологических и организационно-экономических направлений модернизации отрасли:

1) Увеличение удельного веса применения беспривязного содержания скота, позволяющего за счет использования принципа самообслуживания, выделения производственных зон повышать производительность труда и снижать инвестиции в здания, сооружения, средства механизации.

2) Совершенствование способов организации машинного доения коров посредством автоматизации управления технологических операций и расширение объемов применения доильных залов со станками «Елочка», «Тандем», «Параллель» с 5% до 35-40%.

3) Применение многофункциональных измельчителей-смесителей-раздатчиков кормов, позволяющих: в сравнении с кормлением многокомпонентными рационами готовить однородные кормовые смеси и обеспечить их выдачу животным; снизить затраты труда на кормление животных в 1,7-1,8 раза.

4) Расширение удельного веса скота мясных пород при производстве говядины с 2-3% до 20-25%, широкое использование естественных и культурных пастбищ, а также организация доращивания и откорма скота с использованием отходов пищевой промышленности (жом, барда, мезга и др.).

б) Увеличение производства сбалансированных комбикормов непосредственно в сельхозорганизациях за счет собственного зернового сырья и приобретаемых белкововитаминных и минеральных добавок. Приготовленные в сельхозорганизациях комбикорма отличаются повышенным качеством, их стоимость в 2 раза ниже в сравнении с вырабатываемыми комбикормовыми заводами за счет уменьшения транспортных расходов и реализационных операций.

7) Создание и применение энергоресурсосберегающих экологически безопасных технологий и автоматизированных комплектов машин для уборки навоза из животноводческих помещений, транспортирования его к местам хранения и переработки, внесения подстилки, очистки стойл.

8) Восстановление индустриальной базы животноводства. В период

до 2020 года необходимо увеличить объемы производства техники не менее чем в 3-4 раза, повысить ее качество, надежность и конкурентоспособность.

9) Создание и производство инновационной техники необходимо осуществлять с учетом требований адаптивности ее к животным, особенностям осуществления технологических процессов и операций производства отдельных видов продукции. [3]

Таким образом, видим, что отрасль молочного скотоводства в России имеет ряд проблем и трудностей. Сохраняется тенденция сокращения общего поголовья скота. Ценовой диспаритет приводит к повышению себестоимости продукции молочного скотоводства и ее удорожанию. Отсталость техники и технологии тормозит общее развитие отрасли. За счет рассмотренных мероприятий есть возможность совершенствования отрасли молочного скотоводства в нынешних условиях. Необходима существенная государственная поддержка и заинтересованность самих сельхозтоваропроизводителей в улучшении результатов производства.

Литература:

1. Двинский Б. М. Молочная отрасль России – уроки истории / Б. М. Двинский // Молочная промышленность. – 2012. - №5. – С.69-74.
2. Бушуева И. Г. Молочное животноводство: первый шаг на пути интенсификации отрасли / И. Г. Бушуева // Молочная промышленность. – 2013. - №2. – С. 4-6.
3. Морозов Б. М. Технологическая модернизация в животноводстве: технические, экономические и социальные проблемы / Н. М. Морозов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2012. - №2. – С. 6-10.

УДК 633.521.003.1(470.12)

М. В. Питерякова, студентка 643 группы
Н. А. Миронова, к.с.-х.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Прошлое, настоящее и будущее вологодского льноводства

Лён – уникальное растение, из которого получают в первую очередь ткань и масло. Льняная ткань экологически чистая, она обладает бактерицидными свойствами, способна понижать уровень радиации и погашать электромагнитные волны. Лён широко применяется в медицине, целлюлозно-бумажной, химической, военной и автомобильной промышленности. [1] Цель данной работы – проследить развитие отрасли льноводства в прошлом и настоящем и выявить возможные перспективы в будущем. Задачами яв-

ляются: изучение исторических данных отрасли льноводства; оценка экономических показателей деятельности хозяйств, возделывающих лён; характеристика предприятий переработки льна в Вологодской области. Объект исследования – отрасль льноводства Вологодской области. Методами исследования послужили: расчет показателей динамики, метод сравнения, индукции и дедукции, исторический метод, экстраполяция.

Вологодская область – *исторический центр льноводства*, в котором сохранились многовековые традиции этой отрасли, а льноводы славятся как мастера высококачественного волокна. Благоприятные для льна почвенные и климатические условия, также близость путей сообщения привели к тому, что именно Вологодская губерния стала одним из основных районов товарного льноводства в стране. В конце XIX века площадь под посевами льна в 10 уездах губернии составляла 32 тысячи гектаров, с которых снималось до 14 тысяч тонн.

В годы советской власти льноводство развивалось как составная часть сырьевого обеспечения текстильной промышленности. Благодаря целой системе мер экономического стимулирования со стороны государства, выразившихся в поддержании высокого уровня заготовительных цен на льнопродукцию, встречной продаже промышленных товаров и зерна по пониженным ценам, посевные площади подо льном в Вологодской области в 1940 году достигли 79 тыс. гектаров. [2] В послевоенные в колхозах и совхозах области стали создаваться льноводные звенья. Впервые они появились в колхозах «Ударник» и «Аврора» Грязовецкого района. Валовой сбор волокна увеличился на 5 тысяч тонн, а урожайность возросла с 1,2 ц/га до 2,5 ц/га. В таблице 1 представлены данные о посевных площадях и урожайности льна-долгунца за период 1940-2003 гг.

Таблица 1 - Посевные площади льна-долгунца в Вологодской области, в среднем за год

Год	Посевная площадь, тыс. га	Валовой сбор льна-долгунца (в переводе на волокно), тыс. тонн	Урожайность льна-долгунца, ц/га	Год	Посевная площадь, тыс. га	Валовой сбор льна-долгунца (в переводе на волокно), тыс. тонн	Урожайность льна-долгунца, ц/га
1940	79	9,3	1,2	1991	27,5	11,2	4,1
1950	80	12,0	1,5	1992	27,1	7,8	2,9
1960	67	15,4	2,3	1993	18,7	3,4	1,8
1970	63	11,3	1,8	1994	9,9	4,1	4,1
1971–1975*	62	18,5	3,0	1995	13,4	4,9	3,7
1976–1980*	47,2	13,7	2,9	1996	5,4	2,2	4,1
1981–1985*	39,7	13,5	3,4	1997	3,96	1,1	2,8
в т.ч. 1985	44,7	12,6	2,8	1998	7,57	3,4	4,5
1986	40,0	10,1	2,5	1999	5,9	1,2	2,0
1987	37,6	12,2	3,3	2000	7,7	2,6	3,4
1988	38,0	11,8	3,1	2001	7,6	2,3	3,0
1989	36,4	9,7	2,7	2002	2,53	0,33	1,3
1990	33,8	7,1	2,1	2003	4,5	1,65	3,7

В 80-е годы внимание к производству льна в области постепенно ослабевало. Подчас выращенный урожай погибал на корню, уходя под снег. Это привело к тому, что в условиях дисбаланса цен лён стал убыточной культурой для большинства сельхозтоваропроизводителей. Не получив гарантию бюджетной поддержки они начали быстрыми темпами сворачивать посевные площади подо льном. В свою очередь льнозаводы, израсходовав запасы сырья прошлых лет и, отчаявшись приобрести его в других регионах по приемлемым ценам, также начали сокращать, а ряд из них — останавливать производство. [2]

В настоящее время в Вологодской области несколько льносеющих районов: Великоустюгский, Кич-Городецкий, Никольский, Верховажский, Шекснинский, Череповецкий, Устюженский и Вологодский. В 2006 году лён занимал всего лишь около 5 тысяч гектаров, а льнохозяйств при этом было более ста. В связи с этим в 2008 году стартовал проект «Развитие льняного комплекса Вологодской области путем межотраслевой и межтерриториальной кооперации до 2020 года».

Также Правительством Вологодской области была разработана программа «Развитие льняного комплекса в Вологодской области на 2009 – 2012 годы», которая предусматривала субсидирование по возмещению затрат на ГСМ, минеральные удобрения, семена. Реализация данных программ к 2011 году обеспечила некоторое увеличение посевных площадей (в таблице 2). [5]

Таблица 2 - Динамика посевной площади льна в хозяйствах области за 2010-2012 гг.

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	отношение 2012 года к 2010 году, %
Площадь посеянная, га	7311	7115	4682	64
Площадь убранная, га	6362	4083	2880	45,3
Отношение убранной к посевной, %	87	57,4	61,5	70,7

Благодаря областным программам удалось добиться расширения посевных площадей к 2011 году, однако, наряду с этим резко сокращается удельный вес убранной продукции в посеянной изначально. Таким образом, необходимо обращать большее внимание не на увеличение площади посева, а на сохранность культуры в течение периода выращивания. [4] В таблице 3 рассмотрены данные о реализации продукции льноводства за 2010-2012 гг.

Количество реализуемой продукции изменяется неравномерно, себестоимость льносемян возрастает. Льноводство в области является убыточной культурой, экономический результат от реализации всех видов продукции на протяжении трех лет отрицательный. Выделяемые субсидии лишь покрывают убытки предприятий. [4]

Таблица 3 – Данные о реализации продукции и субсидиях на нее за 2010-2012 гг.

Показатели	2010			2011			2012		
	семена	соло- ма	треста	семена	соло- ма	треста	семена	соло- ма	треста
Количество, ц	295	12418	55108	267	-	41120	293	-	55898
Полная себестоимость, тыс. руб.	938	5507	57307	1229	-	50472	1416	-	48005
Выручка, тыс. руб.	885	749	6293	1109	-	5650	1440	-	5488
Субсидии из бюджетов, тыс. руб.	10669	4974	111612	5592	-	100469	718	-	133598
Цена за 1 ц, руб.	3000	60,3	114,2	4153,5	-	137,4	3890,8	-	98,2
Прибыль/убыток, тыс. руб.	-53	-4758	-51014	-120	-	-44822	24	-	-42517
Уровень рентабельности, %	-5,6	-86,4	-89	-9,8	-	-88,8	1,7	-	-88,6
Рентабельность с учетом субсидий, %	113,8	3,9	105,7	445,2	-	110,2	52,4	-	189,7

В настоящий момент проблемы в льноводстве следующие:

- недостаточный уровень технического оснащения отрасли вследствие чего высокая изношенность и отсталость основных фондов и оборудования приводят к низкой урожайности льноволокна и льносемян;
- низкая эффективность и несоблюдение технологий производства;
- недостаток квалифицированных кадров;
- слабая система экономического взаимодействия между хозяйствами-производителями льносырья и предприятиями льнопереработки и глубокой переработки льна;
- отсутствие отлаженной системы семеноводства;
- низкие закупочные цены на тресту и волокно. [3]

Подводя итоги работы, следует отметить, что Вологодская область как столица российского льноводства показывает не лучшие результаты производства. В отрасли осуществляется государственное субсидирование, но оно неэффективно. Субсидии должны выделяться не на гектар посеянной площади, а на рубль выручки от реализации продукции. Таким образом, производители будут заинтересованы «довести дело до конца», чтобы реализовать лён предприятиям переработки. Следует четко понимать, что лён это перспективная культура, и область её применения очень велика; Вологодская область имеет все исторические предпосылки для развития отрасли на должном уровне; государство должно разрабатывать комплексные программы по развитию отрасли льноводства, начиная от сельского хозяйства, заканчивая текстильной промышленностью.

Литература:

1. <http://www.booksite.ru/flax/capital/5.htm>

2. Гончарова М. В. О производстве и переработке льна в Российской Федерации. // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, 2001. — №10.
3. Налиухин А. Н. Современные технологии возделывания льна-долгунца в Вологодской области / А. Н. Налиухин, Е. В. Шильниковская // Земледелие. - 2012. - № 4. – С. 38-40.
4. Отчеты о деятельности сельскохозяйственных предприятий по Вологодской области за 2010-2012 гг.
5. Помялов А. Лён поддержат на самом высоком уровне / А. Помялов // Красный Север. - - 2011. – 28 июня. – С. 2

УДК: 637.1.

*А.О. Плаксина, студентка 643 группы
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Направления повышения продуктивности коров в К(Ф)Х «Юха Антеро» Финляндии

Сельское хозяйство является одной из самых важных отраслей народного хозяйства. Оно производит продукты питания для населения, сырьё для перерабатывающей промышленности, обеспечивает и другие нужды общества. Поэтому, актуальной проблемой в настоящее время является эффективность использования данной отрасли, в том числе изучение повышения продуктивности коров на предприятиях.

Цель исследования - проведение комплексной оценки эффективности использования молочного скота, выявления факторов, поиск методов и приемов способствующих увеличению продуктивности скота.

В соответствии с указанной целью поставлены следующие задачи:

- Проанализировать экономическую эффективность производства молока;
- Изучить технологию содержания коров на предприятии;
- Разработать основные факторы и резервы увеличения производства молока;
- Произвести расчет экономического эффекта от предложенных мероприятий.

Объектом исследования является фермерское хозяйство Финляндии «Juha Antero».

В процессе выполнения исследования были использованы общенаучные методы: экономико-статистический, а также аналитический, монографический, сравнительный.

Фермерское хозяйство «Juha Antero» находится в южной части Финляндии, в 300 километрах от границы с Российской Федерацией, в 3 кило-

метрах от города Ламми. Расстояние до Хельсинки, столицы страны, составляет 129 км.

Предприятие было основано в 1882 году. И с тех пор специализируется на производстве молочной продукции. Руководство фермой семейное и передается по наследству. В данный момент общее поголовье составляет 156 голов.

Рассмотрим основные экономические показатели, характеризующие финансово-хозяйственную деятельность фермерского хозяйства (табл. 1).

Таблица 1 - Основные экономические показатели деятельности в фермерском хозяйстве «Juha Antero» за 2010-2012 гг., евро

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Абсолютное изменение 2012 г к 2010г.	Средний темп роста, %
1. Совокупный доход	214409	255296	353982	139573	165,1
1.1. Выручка от продажи животных	5565	9269	8537	2972	153,4
1.2. Выручка от продажи продукции животноводства	109200	145441	227273	118073	208,1
1.3. Государственная помощь	84779	86329	106960	22181	126,2
1.4. Прочие доходы	14865	14225	11211	-3654	75,4
2. Расходы	165714	193785	311151	145437	187,8
3. Чистая прибыль	48695	61511	42830	-5865	87,9
4. Рентабельность, %	29,38	31,74	13,76	-	-
5. Стоимость ОПФ	837880	941019	994970	157090	118,7

Практически все показатели деятельности хозяйства выросли в 2012 году по сравнению с 2010 годом. Несмотря на быстрый рост расходов (в 2012 г. расходы выросли почти в 2 раза, на 87,8% больше, чем в 2010 году), предприятие остается рентабельным. Совокупный доход в целом увеличился на 65,1%. В основном благодаря хорошей государственной помощи и сильному росту выручки от продажи продукции животноводства (в отчетном году она составила 208,1%). Чистая прибыль присутствовала все 3 года. В 2012 году наблюдалось небольшое снижение на 12,1% по сравнению с 2010.

В хозяйстве «Juha Antero» на ферме применяется привязное и беспривязное боксовое содержание. Животные содержатся в двух зданиях. На привязи только нетели. Моцион отсутствует.

Доение животных осуществляется 2 раза в день доильной установкой шведской фирмы DeLaVal «елочка». Молоко охлаждается в специальном оборудовании и каждые два дня отправляется на переработку.

В таблице 2 рассмотрим основные показатели воспроизводства стада в хозяйстве.

Таблица 2 – Показатели воспроизводства стада в хозяйстве за 2012 год

Показатели	2012 год
1. Общее поголовье коров, гол	85
2. Количество приплода на 100 коров, голов	62
3. Яловость, %	27
4. Индекс осеменения	1,76
5. Среднее значение по предприятию, дней	
- Сервис-период	153
- Сухостойный период	58
- Период лактации	437
6. Максимальное значение, дней	
- Сервис-период	373
- Сухостойный период	186
- Период лактации	616
7. Минимальное значение, дней	
- Сервис-период	15
- Сухостойный период	14
- Период лактации	340
8. Количество коров, у которых значение рассматриваемого периода отходит от нормы, гол.	
- Сервис-период	59
- Сухостойный период	20
- Период лактации	69

В хозяйстве существуют большие проблемы с воспроизводством стада. Очень многие показатели не соответствуют нормам. Не соблюдается план осеменения и отелов. Сервис-период, сухостойный и период лактации у большинства коров превышает норму. Процент яловости составляет 27%, что в 3 раза превышает норму. Индекс осеменения соответствует нормативным пределам.

Чтобы успешно справиться с задачами дальнейшего увеличения производства продукции животноводства необходимо своевременно выявить и использовать резервы его роста. Резервы увеличения производства продукции состоят в повышении продуктивности скота, а также росте поголовья. [2]

1. Резерв увеличения производства молока за счет снижения яловости. Для снижения яловости будут проводиться такие мероприятия: выявление причин яловости коров, их устранение. По моим наблюдениям основной причиной яловости в хозяйстве является нарушение техники осеменения коров и телок, несоблюдение сроков. Поэтому необходимо более грамотно составлять план осеменения и следовать его пунктам, выполнять профилактику бесплодия и яловости коров. Соблюдая данные мероприятия, можно рассчитать резерв повышения производства молока за счет снижения яловости:

$$R_{\text{ял}} = (Y_{\text{ф}} - Y_{\text{в}}) * U_{\text{ф}} * 0,5 * \text{Пог}_{\text{возм}} = (0,27 - 0,1) * 60,74 * 0,5 * 85 = 438,8 \text{ ц.}$$

Благодаря уменьшению яловости до 10% возможно увеличение уровня продуктивности на 5,2ц, а валового надоя на 438,8 ц. За счет уменьшения яловости коров мы получим дополнительный приплод – 17 голов.

2. Резерв увеличения производства молока за счет сокращения сервис-периода.

$$R_{\text{серв}} = (\text{Сер.факт.} - \text{Сер.возм.}) * U_{\text{сут}} * \text{Пог.возм} = (153 - 80) * 0,16641 * 85 = 1032,6 \text{ ц.}$$

Благодаря снижению сервис периода до 80 дней, резерв увеличения продуктивности составит 12,15ц., а резерв увеличения валового надоя 1032,6ц.

3. Стоит отметить, что у 59 коров сухостойный период отходит от нормы. В среднем он у них составляет 153 дня. Рассчитаем резерв увеличения производства молока за счет сокращения сухостойного периода до 65 дней.

$$R_{\text{сух}} = (\text{Сух.факт.} - \text{Сух.возм.}) * U_{\text{сут}} * \text{Пог.возм.} = (153 - 65) * 0,16641 * 59 = 864 \text{ ц.}$$

За счет снижения сухостойного периода до 65 дней, резерв увеличения продуктивности 1 головы составит 14,6ц., а резерв повышения валового надоя составит 864ц.

В заключение анализа необходимо обобщить все выявленные резервы увеличения производства продукции животноводства в таблице 3.

Таблица 3 – Обобщение резервов увеличения производства молока

Наименование резерва	Увеличение производства молока, ц.
Снижение яловости	438,8
Сокращение сервис-периода	1032,6
Сокращение сухостойного периода	864,0
Итого	2335,4
Резерв роста продуктивности 1 головы,ц.	27,48
Возможный удой на 1 корову,ц.	88,22

В предприятии имеются значительные резервы увеличения объемов производства продукции, их использование может увеличить производство молока на 45,2%, возможный удой на 1 корову составит 8822кг. Но для этого потребуются вложения на более эффективную организацию производства.

Основными показателями экономической эффективности деятельности предприятия является выручка от реализации, прибыль, рентабельность.

На основе ранее рассчитанных резервов по увеличению производства вычислим возможный объем производства, реализации, размер выручки, себестоимости и прибыли в таблице 4.

За счет использования резервов продуктивность одной коровы возрастет до 8822кг, что послужит увеличению объема производства молока на 45,2%. Благодаря этому, выручка от реализации продукции повысится на 106656 евро(при условии, что цена за 1 тонну молока останется прежней). При росте дополнительной прибыли от реализации молока(при стабильной себестоимости), предприятие покрывает свои убытки и получает прибыль.

Таблица 4 – Экономическая эффективность производства продукции в К(Ф)Х «Юха Антеро» с учетом выявленных резервов

Показатели	2012 год	С учетом, рассчитанных резервов	Темп роста, %
Общее поголовье скота, голов	156	156	100,0
Основное стадо молочного скота, голов	85	85	100,0
Выручка от реализации продукции, евро	235810	342466	145,2
Полная себестоимость реализованной продукции, евро	311151	311151	100,0
Прибыль(убыток) от реализации продукции, евро	-75341	31315	137,6
Государственная помощь, евро	106960	106960	100,0
Прибыль(убыток) с учетом государственных субсидий, евро	42830	138275	322,8
Продуктивность 1 коровы в год, кг	6074	8822	145,2
Себестоимость 1 тонны молока, евро	602,7	602,7	100,0
Валовой надой молока, ц	5162,9	7498,7	145,2
Среднереализационные цены за 1 тонну молока, евро	456,7	456,7	100,0
Уровень рентабельности, %	13,8	44,4	130,6

Используя резервы, рентабельность предприятия возрастет с 13,8% до 44,4%. И оно получит чистую прибыль (с учетом государственных субсидий) в размере 138275 евро, что в 3 раза больше фактической.

Литература:

1. Официальный сайт компании Valio в России. – Режим доступа: <http://www.valiorussia.ru/>
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК/ Г.В. Савицкая: учебник.-М.:ИНФРА-М, 2010.- 652 с
3. Синица, Л. М. Организация производства: учебник / Л. М. Синица. - Минск: ИВЦ Минфина, 2008. - 533 с.
4. Удалова З.В. Анализ производства продукции животноводства/ З.В.Удалова// Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве- 2011.-№4.- С.14-17.
5. Шакиров Ф. К., Удалов В. А., Грядов С. И. и др. Организация сельскохозяйственного производства. – Москва: Колосс, 2002 г.

УДК 637.141

Е.Н. Rogozina, студентка 643 группы

*К.К.Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Использование ресурсосберегающего оборудования на производстве кисломолочной продукции на ОАО «УОМЗ» ВГМХА им. Н.В. Верещагина»

По мере развития современного перерабатывающего производства все большую актуальность приобретают проблемы разработки и внедрения ресурсосберегающих и безотходных технологий.

Цель: определить эффективность от использования ресурсосберегающего оборудования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать имеющееся оборудование для упаковки молока цельного на предприятии;
- определить экономический эффект от использования ресурсосберегающего оборудования.

Объектом исследования является ОАО «УОМЗ» ВГМХА им. Н.В. Верещагина».

Рассмотрим экономическую характеристику предприятия. В таблице 1 представлены размеры ОАО «УОМЗ» ВГМХА им. Н. В. Верещагина.

Таблица 1 – Размеры ОАО «УОМЗ» ВГМХА» за 2010 – 2012 гг.

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.
1. Выручка всего, тыс. руб.	1019718	989549	1234813
в т.ч. от реализации молочной продукции	1015445	987331	1231999
2. Себестоимость всего, тыс. руб.	971018	939987	1190940
в т.ч. на молочную продукцию	966010	932497	1182783
3. Валовая прибыль всего, тыс. руб.	48700	49562	43873
5. Чистая прибыль, тыс. руб.	27112	28301	14896

ОАО «УОМЗ ВГМХА» специализируется на производстве молочной продукции. На сегодняшний день на заводе производится следующая продукция: молоко для школьников «Шпаргалка», ультрапастеризованное молоко, молоко, пахта, ряженка, сливки, сметана, кефир, бифилайф, снежок, йогурт питьевой, творог, био-творог, творожок "Вологодский", масло крестьянское, масло вологодское, масло традиционное, сухое молоко.

В предприятии используется старое оборудование с низкой производительностью. Далее рассмотрим оборудование для упаковки молока цельного. На данный момент на ОАО «УОМЗ» ВГМХА» применяются 2 автомата карусельно-линейного типа «ТФ-РПП 1800» предназначен для фасовки и упаковки жидких и пастообразных продуктов в прямоугольные пакеты из высокоплотного картона с двусторонним полиэтиленовым покрытием (упаковка типа «пюр-пак», тип А, тип В).

Работа автомата включает процесс формирования пакета из плоской заготовки, точное объемное дозирование продукта, герметичное запечатывание пакета и нанесение даты.

Предлагается *внедрить автомат карусельно-линейного типа «ТФ-РПП 4000»* предназначен для фасовки и упаковки жидких и пастообразных продуктов в пакеты «пюр-пак» тип А, изготовленные из картона высокой

плотности с двусторонним полиэтиленовым покрытием или из ламинированного картона с использованием алюминиевого слоя.

Работа автомата включает процесс формирования пакета из плоской заготовки, приварку сливного штуцера к пакету ультразвуком (по потребности), точное объемное дозирование продукта, герметичное запечатывание пакета и нанесение даты.

Особенности:

1. Все детали автомата, контактирующие с продуктом, выполнены из коррозионно-стойкой стали.

2. Запечатывание дна пакета осуществляется методом прижатия предварительно сложенных нижних створок к оправке, сваривая дно пакета путем охлаждения размягченного полиэтиленового покрытия на створках, при этом головка оправки и прижима охлаждаются проточной водой. Запечатывание выполняется на двух позициях.

3. Дозирование продукта объемом 1 литр осуществляется на восьми позициях с шагом 2 позиции одновременно (по 0,25 л) При этом пакет каждый раз перемещается на 2 позиции. Это позволяет:

- 1) избежать сильного вспенивания дозируемого пенящего продукта; дозировать продукт с максимальной производительностью;
- 2) оперативно переходить с одного объема дозирования на другой.

4. Устройство отсоса пены и функция «нет пакета – нет продукта» входят в базовую комплектацию.

5. Предусмотрена возможность подключения автомата к централизованной СІР – мойке предприятия или к индивидуальной моечной установке.

6. Бесступенчатая регулировка производительности. [1]

В таблице 2 приведена сравнительная оценка использования автоматов. Сравнивая использование двух агрегатов, выяснилось, что лучшим является ТФ-РПП 4000. Его производительность в сутки будет выше на 9600 пакетов, чем у двух автоматов ТФ-РПП 1800. При этом затраты на покупку одного ТФ-РПП 4000 будут на 500 тыс. руб. ниже, чем при покупке двух ТФ-РПП 1800. Все это приведет к экономии затрат на оплату труда в год в размере 365000 руб.

Таблица 2 – Сравнительная оценка использования автоматов

Показатели	Автоматы	
	ТФ-РПП 1800	ТФ-РПП 4000
Стоимость, тыс. руб.	3000	5500
Потребность, шт.	2	1
Производительность, пак/час	3600	4000
Дополнительный выход, пак/час	-	400
Дополнительный выход, пак/сутки	-	9600
Количество обслуживающего персонала	2	1
Оплата труда в смену, руб.	1000	1000
Всего оплата труда в смену, руб.	2000	1000
Экономия затрат на оплату труда в смену, руб.	-	1000
Экономия затрат на оплату труда в год, руб.	-	365000

Далее рассмотрим анализ изменения себестоимости производства 1 кг молока за счет применения автомата ТФ-РПП 4000 (Таблица 3).

Таблица 3 – Анализ изменения себестоимости производства 1 кг молока за счет применения автомата ТФ-РПП 4000

Статьи затрат на 1 т молока	ТФ-РПП 1800		ТФ-РПП 4000	
	руб.	В % к итогу	руб.	В % к итогу
1. Сырье	15920	92,0	15920	92,5
2. ТЗР	201	1,2	201	1,2
3. Вспомогательные материалы	145	0,8	207	1,2
4. Топливо	387	2,2	387	2,2
5. Электроэнергия	243	1,4	121	0,7
6. Вода	245	1,4	245	1,4
7. Заработная плата с начислениями	23	0,1	10,4	0,1
8. Амортизация	146	0,8	125	0,7
Всего затрат	17310	100,0	17216,4	100,0
Себестоимость реализуемого молока, руб/кг	17,31	-	17,22	-

Благодаря внедрению нового оборудования снижение себестоимости 1 кг молока будет равно 9 коп.

При внедрении нового оборудования, можно будет переработать больший объем сырья, следовательно, увеличится выпуск продукции, в след за ней возрастет прибыль и рентабельность предприятия.

Литература:

1. <http://www.foodset.ru/>

УДК 664.61.001.76

Р.Н. Упадыев, студент 643 группы

*К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Организация производства хлебобулочной продукции в МП «Тотемский хлебокомбинат»

Агропромышленный комплекс представляет собой крупнейший межотраслевой комплекс, объединяющий несколько отраслей экономики, направленных на производство и переработку сельскохозяйственного сырья и получения из него продукции, доводимой до конечного потребителя. Между сельским хозяйством и отраслями перерабатывающей промышленности в течение десятилетий складывались устойчивые производственные и экономические взаимосвязи, создавалась единая технологическая цепь от процесса производства зерна до выработки конечного продукта. Мукомольная промышленность является индустрией, где как нигде важно соблюдать ба-

ланс между требованием поддерживать стандарты качества и безопасности и необходимостью контролировать цены.

Хлеб был и остается одним из основных продуктов питания населения нашей страны. Ежедневное повсеместное потребление хлеба позволяет считать его одним из важнейших продуктов питания, пищевая ценность которого имеет первостепенное значение. Он обеспечивает более 50% суточной потребности в энергии и до 75% потребности в растительном белке.

Правильная организация производства хлебобулочных изделий и экономное расходование ресурсов в хлебопечении являются приоритетными задачами отрасли, от решения которых зависит и качество продукции, и уменьшение ее себестоимости, а следовательно, рост прибыли хлебопекарных предприятий, их конкурентоспособность, возможность внедрения в производство нового прогрессивного оборудования и способность выхода на новые потребительские рынки.

Цель данной статьи - Определить эффект от ресурсосберегающего оборудования. Объект исследования – МП «Тотемский хлебокомбинат»

Предприятие МП «Тотемский хлебокомбинат» образован в 1948 году на базе Райпищекомбината. Это одно из старейших предприятий области.

В настоящее время Хлебокомбинат снабжает своей продукцией не только город и сельские населенные пункты Тотемского района, но и близлежащие: Бабушкинский, Нюксенский, Тарногский и Верховажский районы, а кондитерской продукцией даже областной центр и жителей Архангельской области. Предприятие работает с более 150 торговыми предприятиями, магазинами, частными предпринимателями. Сегодня предприятие выпускает более 10 наименований ржаного и белого хлеба, более 20 наименований хлебобулочных изделий (слойки 5 видов и наименований, сдобы, кексы, коржи, рулеты, булки, рожки и т.д.), более 30 наименований кондитерских изделий (щербет, мармелад, сахар фруктовый, помадка, пряники более 10 видов, сухари 9 видов, печенье и т.д.)

Муниципальное предприятие «Тотемский хлебокомбинат» имеет в своем составе хлебозавод, пекарню по производству мелкоштучных хлебобулочных изделий, кондитерский цех, 7 магазинов по торговле продовольственными товарами и 1 магазин по выпуску пряников, сухарей, сахаристых. Кроме того, функционируют 10 продовольственных магазинов, буфет в педучилище, которые активно реализуют хлебобулочную и кондитерскую продукцию.

Ассортимент продукции МП «Тотемский хлебокомбинат» составляет свыше 120 наименований хлебобулочных и кондитерских изделий.

Основными видами производимой продукции являются хлеб «Дарницкий» и батон «Нарезной», их доли в общем объеме производства составляют 30,3% и 19,3% соответственно.

Таблица 1 – Динамика производства продукции в натуральном выражении за 2009 – 2011гг., т

Наименование	2009г.	2010г.	2011г	Абсолютные изменения за 2010 г.	Абсолютные изменения за 2011г.
Хлебозавод	1804,2	1779,3	1705,5	-24,9	-73,8
Мини-пекарня	221,2	212,4	193,1	-8,8	-19,3
Кондитерский	278,4	276,3	270	-2,1	-6,3
Итого	2303,8	2268	2168,6	-35,8	-99,4

За период с 2009 по 2011 год происходит снижение производства продукции во всех цехах (табл. 1). На снижение производства хлебобулочных изделий сказалось открытие пекарни в поселке Бабушкино. Сокращение производства кондитерских изделий произошло за счет сокращения заявок от ООО «Северагрогаз».

В настоящее время МП «Тотемскийхлебокомбинат» является единственным в районе предприятием по производству хлебобулочных изделий. Продукция хлебо комбината ежедневно вывозится по 11 маршрутам, 198 торговых точек. Из них 56,7 % реализуется в Тотемском районе, в том числе собственная реализация 21,2%. В Соседних районах реализуется 43,3% нашей продукции, в том числе по районам: Бабушкинский-20,1%,Тарногский и Нюксенский -18,4%, Междуреченский, Вологодский, Сокольский- 4,8%.

Таблица 2 - Затраты на производство хлебобулочной продукции в МП «Тотемский хлебокомбинат».

Наименование	2009г.		2010г.		2011г.	
	тыс.руб.	в %	тыс.руб.	в %	тыс.руб.	в %
Материальные затраты	33809	42,6	34200	39,6	39926	41,3
Затраты на оплату труда	26624	33,6	30378	35,2	33597	34,8
Отчисления на социальные нужды	7028	8,9	7864	9,1	11559	11,96
Амортизация	937	1,2	2306	2,7	2703	2,8
Прочие затраты	10883	13,7	11555	13,4	8883	9,1
Итого	79281	100	86303	100	96668	100

Наибольшую долю в структуре затрат (табл. 2) составляют материальные затраты (39,6-42,6%), в течении 3х лет больших изменений не произошло, но в целом снизились в 2011г по сравнению с 2009 на 1.3 % . Так же значительную долю занимают затраты на оплату труда (33,6-35,2%). Минимальную долю в структуре затрат занимает амортизация (1,2-2,8%), которая с каждым годом растет, в 2011 по сравнению с 2009 она увеличилась на 1,6%. Увеличиваются отчисления на социальные нужды и снижаются прочие затраты.

Таблица 3 - Финансовые результаты производства продукции МП «Тотемский хлебокомбинат».

Наименование	2009г.	2010г.	2011г.	2010/2009	2011/2010
Объем производства в ценах реализации	78870,1	84334,9	94079,1	106,93%	111,55%
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	88241,2	95278	107355,2	107,97	112,68
Себестоимость производства продукции, тыс. руб.	80194,3	87328,5	98115,7	108,89	112,35
Прибыль от реализации продукции, тыс.руб.	7123	6913	7732	97,05	111,85
Рентабельность реализованной продукции, %	8,9	7,9	7,9	88,76	100,00

Объём реализации продукции увеличился в 2011г по сравнению с 2010 на 11,55% (табл. 3). Положительным является рост выручки от реализации продукции, который составил 12,68%, но так как темп роста себестоимости практически равен темпу роста выручки, то предприятию необходимо задуматься об изменении политики закупки сырья и снижению затрат на производство продукции. Увеличилась себестоимость на 12,35%, в связи с тем, что увеличились цены на сырьё для приготовления продукции. Прибыль от реализации продукции уменьшилась в 2010 году по сравнению с 2009 на 2,95%, так как временно закрылась одна из торговых точек, но в 2011 году по сравнению с 2010 прибыль возросла на 11,85% в связи с тем, что значительно возросли цены на хлебобулочные изделия. Рентабельность реализованной продукции снизилась, так как темп роста затрат опережают темп роста выручки.

Для повышения эффективности производства продукции рекомендуется использовать энергосберегающие технологии.

Одним из главных способов снижения потребления ресурсов на предприятиях хлебопекарной промышленности является внедрение нового высокопроизводительного оборудования, позволяющего значительно увеличить производительность труда, улучшить качество продукции, а также достичь энергосбережения на всех стадиях производства печеного хлеба.

Планируется приобрести газовую хлебопекарную печь тупикового типа Г-4-ХПФ-16М.

Печь хлебопекарная Г4-ХПФ-16М предназначена для выпечки широкого ассортимента хлеба и хлебобулочных изделий из ржаной и пшеничной муки.

Печь блочно-каркасная, цельно-металлическая с пекарной камерой тупикового типа, внутри которой расположен цепной конвейер с люльками и съёмными подиками.

Печь отличается повышенной заводской готовностью, простотой в настройке и управлении, высокой производительностью, экономичностью, низкой тепловой инерционностью, что дает возможность работы в две смены (табл. 5).

Таблица 5 - Экономическая эффективность применения новой печи

Показатели	Устаревшая печь	Новая печь
Стоимость печи, тыс. руб.	460	580
Расход электроэнергии, кВт/ч	150000	86450
Стоимость электроэнергии, тыс. руб.	525	302,6
Оплата труда с начислениями всего, тыс. руб.	700,2	700,2
Амортизация, тыс. руб.	45	60
Всего затрат, тыс. руб.	1730,2	1642,8
в том числе на 1 тонну, тыс. руб.	7,9	7,6
Экономия затрат, тыс. руб.	-	87,4

Основная цель внедрения новой хлебопекарной печи – снижение затрат на электроэнергию – была достигнута, расход электроэнергии снизится на 42%. Это приведет к снижению себестоимости хлебобулочной продукции, себестоимость 1 тонны снизится на 300 рублей. За счет этого произошло снижение затрат на 87,4 тыс. руб. в год по производству хлебобулочных изделий. Затраты увеличатся за счет амортизационных отчислений по новой печи, но снизятся в результате экономии электроэнергии.

Экономический эффект от использования печи Г4-ХПФ-16М составит 65,1 тыс. руб. в год.

УДК 637.345

А.С. Хлупина, студентка 643 группы

*К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Экономическая эффективность производства и реализации продукции в ОАО «Учебно – опытный молочный завод» ВГМХА им. Н.В. Верещагина»

В настоящее время очень важно развитие деятельности каждого отдельного сельскохозяйственного предприятия, его устойчивость и конкурентоспособность, поскольку их совокупность показывает структуру и уровень развития отрасли сельского хозяйства в целом. Поэтому выбранная тема доклада является актуальной на данный момент. Объектом исследования выступает ОАО «Учебно – опытный молочный завод» ВГМХА им. Н.В. Верещагина». Основная цель – анализ экономической эффективности производства и реализации продукции завода. Данная цель обусловила решение ряд задач: определить динамику производства, реализации и себе-

стоимости продукции; рассмотреть рынки сбыта, а также рассчитать эффективность производства продукции учебно – опытного завода.

ОАО «Учебно-опытный молочный завод» ВГМХА им. Н.В.Верещагина» - предприятие по переработке молока и учебно-производственная база Вологодской государственной молочнохозяйственной академии им. Н.В.Верещагина. Из года в год расширяется ассортимент выпускаемой продукции, и в настоящее время Учебно-опытный молочный завод производит молочную продукцию 5-ти продуктовых групп:

- Молоко (включая УВТ, топленое, сливки)
- Кисломолочная продукция (кефир, «Бифилайф», снежок, ряженка, йогурт)
- Сметана
- Творог
- Масло сливочное крестьянское, вологодское, традиционное.

Молочная продукция УОМЗ отгружается во многие регионы России. Завод производит и реализует продукцию 364 дня в году (кроме 1 января). Летом завод работает в две смены, перерабатывая 180-220 т молока в сутки, зимой в одну смену 110-120 т молока в сутки. Учебно-опытный завод в настоящее время - крупное промышленное предприятие, перерабатывающее около 60 000 т молока в год, выпускает продукцию, пользующуюся широким спросом у населения. На заводе вырабатывается широкий ассортимент цельномолочной продукции, сухое молоко, масло крестьянское, масло вологодское. [1] Проанализируем динамику производства продукции УОМЗ в ценах реализации. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика производства продукции за 2008 – 2012гг.

Годы	Производство, тыс. руб.	Абсолютное изменение	Относительное изменение, %
2008	809479	-	-
2009	1026340	216861	126,79
2010	964393	-61947	93,96
2011	1281295	316902	132,86
2012	1503773	222478	117,36
Итого	5585280	X	X

За исследуемый период производство продукции УОМЗ постоянно возрастало, но в 2010г. оно сократилось на 61947 тыс. руб. (на 6%). К 2012г. производство достигло наивысшего уровня и составило 1503773 тыс. руб., прирост 17%.

Далее рассмотрим динамику изменения себестоимости продукции учебно – опытного молочного завода и ее структуру. Результаты занесены в таблицу 2.

За 2008 – 2012 гг. себестоимость продукции также возрастала как и производство, за исключением 2010г. В данном году себестоимость сократилась на 31031 тыс. руб. в абсолютном значении, а именно на 3%. К от-

четному году себестоимость увеличилась и составила 1469696 тыс. руб., прирост на 23,4%. Исходя из результатов таблиц 1 и 2, можно сделать вывод, что темп роста себестоимости превышает темп роста объема производства, данная ситуация оценивается неблагоприятно.

Таблица 2 – Динамика себестоимости продукции за 2008 – 2012 гг.

Годы	Себестоимость, тыс. руб.	Абсолютное изменение	Темп роста, %	Темп прироста, %
2008	773431	-	-	
2009	971018	197587	125,5	25,5
2010	939987	-31031	96,8	-3,2
2011	1190940	250953	126,7	26,7
2012	1469696	278756	123,4	23,4
Итого	5345072	X	X	X

Затем проанализируем экономическую эффективность реализованной продукции (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика реализации продукции и эффективность реализации за 2008 – 2012 гг.

Годы	Объем товарной продукции, т	Отклонение, тонн (+,-)	Выручка от реализации, тыс.руб.	Абсолютное изменение, тыс.руб.	Темп роста выручки, %
2008	35531	-	774296	-	-
2009	36858	1327	1015445	241149	131,14
2010	42660	5802	987331	-28114	97,23
2011	56363	13703	1231999	244668	124,78
2012	53247	-3116	1453099	221100	117,95

Несмотря на то, что объем реализации к отчетному периоду сократился на 3116т, выручка от реализации молочной продукции увеличилась на 221100 тыс. руб. по сравнению с 2011 годом, прирост составил около 18%, следовательно, продукция завода пользуется большим спросом у населения. На протяжении 2008 – 2012гг. темп роста выручки от продаж в целом снижался, а в 2010г. сократился на 3% (-28114 тыс. руб. к предыдущему году).

Молочная продукция, вырабатываемая заводом, направляется в город Вологду с прилегающими районами и некоторые города Вологодской области: Вытегру, Бабаево, Череповец, а также Ярославль, Москву, Санкт – Петербург, Архангельская, Мурманская, Самарская и другие области. Предприятие работает в основном с оптовыми покупателями, которые реализуют молочную продукцию завода и занимаются её продвижением на рынке Вологодской области и за её пределами. С этими покупателями налажено взаимовыгодное сотрудничество, нацеленное на длительную перспективу.

Оценим эффективность каналов сбыта продукции, таблица 4.

Таблица 4 - Эффективность каналов сбыта продукции

Каналы сбыта продукции	Объем реализации, %	Преимущества и недостатки
Со складов предприятия	45%	Положительный результат, т.к. нет транспортных расходов
Через посредников	25%	Вывозится за пределы Вологодской области
Через магазины	30%	Доставка собственным транспортом, дополнительным транспортом - недостаток

Как видно из таблицы, наибольшая эффективность сбыта продукции со складов УОМЗ – 45%, объяснение этому – отсутствие транспортных расходов.

Проанализируем эффективность производства продукции ОАО «УОМЗ» ВГМХА». Результаты представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Эффективность производства продукции ОАО «УОМЗ» ВГМХА»

Показатели	Года		Отклонение, (+,-)	
	2011	2012	Абсолютное, тыс. руб.	Относительное, %
Выручка от реализации, тыс. руб.	1234813	1462704	227891	118,4
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	1326353	1527649	201296	115,2
Прибыль (убыток), тыс. руб.	14896	15674	778	105,2
Рентабельность, %	1,12	1,03	-0,09	0,91

Таким образом, к отчетному году выручка от реализации увеличилась на 18%, себестоимость продукции тоже возросла на 15%. Темп роста прибыли составил 5%. В целом рентабельность продукции сократилась, но незначительно на 0,09%.

В качестве основных направлений по совершенствованию организации производства продукции являются: рациональное разделение и кооперирование труда, рациональное использование производственных мощностей, применение передовых методов и приемов труда, совершенствование нормирования и оплаты труда, поиск поставщиков сырья и дополнительных рынков сбыта.

Литература:

1. <http://www.moloko.vologda.ru/> официальный сайт ОАО «УОМЗ» ВГМХА им. Н.В. Верещагина».

УДК 338.43.001.76

*А.С. Хлупина, студентка 643 группы экономического факультета
Н.А. Миронова, к.с.-х.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Развитие инновационного потенциала в агропромышленном комплексе

Главной целью внедрения лучших инновационных решений является повышение социально - экономических показателей региона, улучшение производственной деятельности и повышение конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий, поэтому выбранная тема является довольно актуальной. Объектом исследования выступает агропромышленный комплекс. Цель исследования – изучение состояния развития инновационного потенциала в АПК. Главными задачами являются рассмотрение сущности инновационного процесса, определение проблем развития инновационной деятельности в агропромышленном комплексе и предложение основных мероприятий для развития инновационной деятельности в сельском хозяйстве.

Опыт стран, сопоставимых с Россией по уровню экономического развития, показывает, что вмешательство государства в инновационные процессы необходимо для того, чтобы в частном секторе создать те стимулы внедрения новых технологий, выхода на новые рынки сбыта и запуска собственных технологических инноваций, которые не генерируют в достаточной степени несовершенная бизнес-среда. [1]

Инновационный процесс – это многоэтапная процедура формализации научного знания в инновацию. Она включает следующие этапы: наука – техника (технология) – производство – потребление. В АПК инновационный процесс является непрерывным потоком преобразования научных открытий, исследований и разработок в обновленные и улучшенные продукты, материалы, технологии, новые формы организации и управления и доведения их до использования в производстве с целью получения эффекта. [2]

Инновации во всем мире, зачастую, трактуются существенно шире, чем это принято в нашей стране. К ним относят не только высокотехнологичные отрасли, продукты и услуги, но и традиционные технологии, организационные и экономические инновации, позволяющие производить новую, более дешевую продукцию. Для агропромышленного сектора внедрение инновационных технологий имеет на данном этапе решающее значение, так как агропромышленные компании функционируют в жестких конкурентных условиях, и достичь долгосрочного рыночного успеха для них -

крайне сложная и комплексная задача. Решение этой задачи во многом зависит от таких факторов, как качество управления, наличие уникальных технологий, подготовленность персонала, организация производственных и прочих бизнес-процессов, управление рыночными рисками и оптимизация финансово-инвестиционной деятельности.[1]

Наиболее распространенным видом инновационной деятельности российских предприятий является приобретение машин и оборудования, на долю которых приходится более 50% суммарных затрат на инновации. В то же время на приобретение новых технологий расходуется около 6,5% всех затрат на инновации, а на приобретение лицензий на запатентованные изобретения - 0,35%. Только 7% запатентованных изобретений закупается промышленностью. [3]

В структуре приобретаемого оборудования преобладает покупка поддержанного оборудования из бывших стран-членов СЭВ, а также дешевого оборудования производства стран третьего мира. Таким образом, на предприятиях решаются в основном текущие задачи замены изношенного оборудования, а не перехода на новый технологический уровень производства. Вследствие этого коренных изменений в технологическом уровне производства не происходит, а рынок научно-технической продукции не развивается.[4]

Слабым звеном в формировании эффективного инновационного развития АПК является изучение спроса на инновации. Маркетинг не стал еще неотъемлемым элементом формирования заказов на научные исследования и разработки. Как правило, при отборе проектов не проводится глубокая экономическая экспертиза не оцениваются показатели эффективности и рисков, не отрабатываются схемы продвижения полученных результатов в производстве. Существенным фактором, сдерживающим инновационную деятельность в сельском хозяйстве, является то, что использование нововведений носит сезонный характер, требует квалифицированных кадров. Кроме того, рынок сбыта продукции и получение прибыли в большинстве случаев тоже носят сезонный характер. Эти особенности могут являться препятствием для самофинансирования инновационной деятельности сельскохозяйственных предприятий, особенно для тех, которые инвестируют свои средства в дорогостоящие проекты и новейшие технологии, приобретаемые по импорту. В последние годы по ряду причин произошел определенный спад в инновационной активности аграрной науки. Даже имеющийся инновационный потенциал АПК используется в пределах 4-5%. Для сравнения этот показатель в США превышает 50%. Многие научно-технические разработки не становятся инновационным продуктом; ежегодно остаются невостребованными сельскохозяйственным производством большинство инновационных разработок. Создавшееся положение является следствием значительного ухудшения финансового состояния организаций АПК.[5]

Уменьшение инновационной активности связано прежде всего с резким снижением платежеспособного спроса на научно-техническую и наукоемкую продукцию в связи с тяжелым финансовым состоянием организаций, снижением бюджетных источников финансирования, недоступностью кредитов.

Приоритетные направления государственной поддержки инновационного развития экономики приведены в схеме (рис.1).

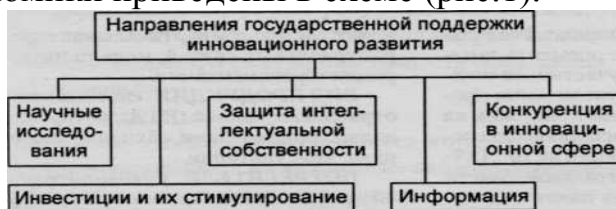


Рис. 1. Направления государственной поддержки инновационного развития

Конкуренция в инновационной сфере. Стимулирование конкуренции, ограничение деятельности монополий - экономические условия распространения нововведений. Нормативной базой здесь служит антимонопольное законодательство, то есть совокупность юридических актов, направленных на развитие и стимулирование конкурентного предпринимательства, ограничение деятельности предприятий-монополистов.

Информационная поддержка. Для успешного развития инновационной деятельности в обществе следует поддерживать на должном уровне такие средства, как радио и телевидение, телефонная связь и Интернет. Поэтому необходимо государственное стимулирование информатизации, в том числе посредством создания и развития информационных систем с учетом мировых достижений.

Инвестиции и их стимулирование. Инвестиционную деятельность реализует государство посредством денежных вложений в основной капитал из средств бюджета или государственные предприятия - из собственных накоплений.

Государственная инновационная и промышленная политика - комплекс целей и методов воздействия государственных структур на экономику и общество в целом, связанных с инициированием и повышением экономической и социальной эффективности инновационных процессов.

Защита интеллектуальной собственности - важнейший инструмент поддержки инновационной деятельности. Посредством надлежащего законодательства, последующего его эффективного контроля и исполнения появляются предпосылки для увеличения темпов и качества научных исследований и разработок, их последующей коммерциализации через защиту прав компаний, исследовательских организаций и частных лиц на созданные ими научные разработки. Это позволяет защитить права исследователей и разработчиков на свою продукцию, стимулировать инвестиции в

дальнейшую разработку и производство перспективных научных изысканий.[1]

Инновационная политика в области растениеводства должна строиться на совершенствовании методов селекции - создание новых сортов сельскохозяйственных культур, обладающих высоким продуктивным потенциалом, освоении научно обоснованных систем земледелия и семеноводства. В современных условиях нестабильности развития животноводства резкого спада животноводческой продукции для повышения производственного потенциала отрасли важное значение имеет использование биологического блока инноваций, достижение отечественной и мировой селекции, отражающих важнейшее направления совершенствования селекционно-генетического потенциала, от которого непосредственно зависит уровень продуктивности животных, эффективное использование кормовых ресурсов, освоение ресурсосберегающих технологий, направленных на повышение уровня интенсивности и эффективности производства. Внедрение высокоадаптивных, ресурсосберегающих технологий производства продукции животноводства на основе инновационной деятельности при широком использовании автоматизации и компьютеризации производства, машин и оборудования нового поколения, робототехники и электронных технологий, восстановление и совершенствование производственно-технического потенциала животноводческих комплексов и птицефабрик является определяющими направлениями повышения эффективности производства продукции. [6]

В инновационные направления развития аграрной науки и научного обеспечения АПК России входят: организационно – экономические основы развития инновационно – консультационной деятельности; система воспроизводства плодородия почв, предотвращения всех видов ее деградации, адаптивно-ландшафтные системы земледелия; селекция новых генотипов растений с хозяйственно ценными признаками; оснащение биологическими средствами защиты растений; создание биомедицинских и ветеринарных технологий жизнеобеспечения, защиты человека и животных; разработка интенсивных машинных технологий и новой энергонасыщенной техники для производства продовольствия; обеспечение безопасности и контроля качества сельскохозяйственного сырья и пищевых продуктов и внедрение современных технологий хранения и транспортировки продовольственного сырья и пищевых продуктов. [1]

Подводя итог, можно сделать вывод, что в настоящее время задачи, связанные с осуществлением научно-технической деятельности и продвижением научно-технических разработок на промышленный рынок, являются важными и актуальными. Это связано с тем, что инновационная активность снижается в связи с большими затратами на аграрную науку, неподготовленностью кадров, слабой маркетинговой работой, низким уровнем платежеспособного спроса на инновационную продукцию а также с

сокращением финансирования. Для решения этих сложных задач, необходима государственная поддержка, организационно – экономический подход, создание благоприятного инвестиционного климата для финансирования инновационной деятельности, развитие инфраструктуры инновационного процесса, разработка и непосредственное выполнение инновационных программ и региональных (областных) законов.

Литература:

1. Седова Н. В. Развитие инновационного потенциала в АПК / Н. В. Седова // Вестник Российской академии сельскохозяйственных наук. - 2010. - № 3. - С. 18-20.

2. Кучиева М.В. Проблемы инновационного развития АПК России/ М.В. Кучиева, Т.Р. Тускаев// Креативная экономика. – 2010. - №11. С.103 – 107.

3. Дежкина И.П. Обеспечение эффективных механизмов осуществления инновационной деятельности в российской экономике/И.П. Дежкина// Москва : ИНФРА-М. – 2011. - 28 с.

4. Усачев П.А. Формирование инновационной инфраструктуры в Вологодской области / Усачев П. А., Сорокина Г. Н., Ткачук С. Н.// Управление технологическим потенциалом промышленного производства региона. - 2002. - С. 83-86.

5. <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/3609.htm> /Фролова Н.Д./ Инновационные процессы в АПК: сущность и направления развития.

6. Мальченко А.В. Инновация в аграрном хозяйстве/ А.В. мальченко// Экономика агропромышленного комплекса. – 2011. - №2. – С. 15-16.

УДК: 339.138

Е.С. Шукина, студентка 643 группы

*А.В. Смирнов, к.т.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Исследование стоимости продовольственной корзины

Вопрос о содержании потребительской корзины очень актуален в настоящее время.

Потребительская корзина представляет собой минимальный набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности. Согласно Закону о прожиточном минимуме в Российской Федерации, она должна определяться не реже одного раза в пять лет для основных социально-демографических групп населения (трудоспособного населения, пенсионеров и детей). Расчет потребительской корзины проводится на основе

методических рекомендаций, разрабатываемых с участием общероссийских объединений профсоюзов в порядке, устанавливаемом Правительством РФ [1].

В состав входит 83 наименования товаров и услуг, в том числе:

- 30 видов продовольственных товаров (В первую очередь, это продукты питания - хлеб, крупы, картошка, фрукты и овощи, мясо, рыба, молоко и т.д. Надо отметить, что в России доля затрат именно на продукты питания в семьях очень велика и может составлять 50% и более от общих семейных расходов).

- 41 вид непродовольственных товаров (одежда, обувь, головные уборы, бельё, лекарства).

- 12 видов услуг (к ним относится плата за жильё, отопление, водоснабжение, электроэнергия (коммунальные услуги), а также расходы на транспорт, культурные мероприятия и прочие).

Предметом исследования является продовольственная корзина, которая входит в состав потребительской корзины.

Продовольственная корзина - это минимальный набор продуктов питания одного человека в месяц, минимальные нормы потребления, которых разрабатываются Институтом питания Академии медицинских наук Российской Федерации с учетом их калорийности, содержания основных питательных веществ (белков, жиров, углеводов), витаминов, микроэлементов и др. [2].

Объективная необходимость в определении границ минимального потребления стала реальностью в начале XX века. В России расчеты прожиточного минимума начались с 1917 г. В практику осуществления социальной политики использование минимального потребительского бюджета было введено только в мае 1991 г. с выходом указа Президента СССР "О минимальном потребительском бюджете".

А Указом Президента России № 210 от 2 марта 1992 года «О системе минимальных потребительских бюджетов населения Российской Федерации» предусмотрено органам исполнительной власти на местах определить региональные уровни прожиточного минимума, исходя из особенностей потребления и ресурсных возможностей на местах и в увязке с соответствующими общереспубликанскими показателями.

В октябре 1997 г. был принят Федеральный закон «О прожиточном минимуме в Российской Федерации», согласно которому утверждена новая концепция разработки прожиточного минимума с использованием нормативного метода расчета минимальной потребительской корзины.

Во исполнение этого закона 20 ноября 1999 года был принят закон «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации».

Новый ФЗ «О потребительской корзине» был принят только 31 марта 2006 года. Долгое рассмотрение Федерального Закона было связано с обязательным внесением изменений в «Методические рекомендации по опре-

делению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения», утверждаемые Постановлением Правительства РФ. Для заполнения «правового вакуума» действие нового Федерального закона «О потребительской корзине в целом по Российской Федерации» стало распространяться на правоотношения, возникшие с 1 января 2005 года.

Законом о прожиточном минимуме предусмотрено, что потребительская корзина должна пересматриваться не реже одного раза в пять лет.

Последний закон был принят в 2012 г. Федеральный закон Российской Федерации от 3 декабря 2012 г. N 227-ФЗ "О потребительской корзине в целом по Российской Федерации". Был принят Государственной Думой 20 ноября 2012 года, а одобрен Советом Федерации 28 ноября 2012 года [2].

Рассмотрим динамику потребления некоторых основных продуктов питания, в среднем на одного человека в год в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика потребления основных продуктов питания, в среднем на одного человека в год, кг

Наименование	1967 г.	1990 г.	1992 г. на душу населения	1999 г. трудоспособное население	2012 г. трудоспособное население
Хлеб и продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку)	120	110	130,7	152	107,1
Мясо и мясопродукты	90-100	84	26,7	31,5	
Рыба и рыбопродукты	16,2	20	11,7	13,7	16
Молоко и молочные продукты (в пересчете на молоко)	481	380	~ 220	210,7	238,2
Масло растительное и другие жиры	10	13	10,3	12	13,8
Сахар	40-44	38	20,7	20,8	22,2
Яйца, шт.	365	280	151	166	200
Картофель	95	105	124,2	123,6	107,6
Овощи и бахчевые	164	146	93,8	89,4	97
Фрукты свежие	110	80	19,4	16,7	23

В потребительской корзине 2012 года по сравнению с 1999 г. в целях повышения качества питания увеличен объем наиболее полезных продуктов, содержащих белок животного происхождения, в том числе мяса и мясопродуктов на 22%, рыбы и рыбопродуктов на 15%, фруктов свежих на 31%, молока и молокопродуктов на 10%. Объем продуктов, содержащих углеводы сокращен, в том числе мучных изделий на 11%, картофеля на 12%.

По калорийности сохранена действующая норма (2268 ккал в сутки на одного человека). Энергетическая ценность набора продуктов питания соответствует утвержденным нормам физиологической потребности в пищевых веществах и энергии, принятым для работников легкой физической активности, детей и пенсионеров.

Целью данной статьи является изучение цен продовольственной корзины в торговых точках: «Дисма», «Магнит», «Пятерочка» п. Молочное и «Макси» г. Вологды.

Анализ результатов исследования представлены в таблице:

Таблица 2 – Анализ цен продовольственной корзины в торговых точках в г. Вологды

Наименование продукта	Единица измерения	Магазины			
		«Дисма»	«Магнит»	«Пятерочка»	«Макси»
Картофель	1 кг	24,9	39,3	29,9	29,9
Хлеб Дарницкий обычный	1 бух.	19,9	30	30	30
Фрукты: яблоки	1 кг	39,9	51,5	49,9	49,9
Овощи: помидоры (Тепличный)	1 кг	99,9	68,6	79,9	82,9
Сахар	1 кг	27,9	30,3	27,9	28,9
Мясо: курица (Шекснинский бройлер)	1 кг	74,9	81,1	80,6	107,9
Рыба: треска мороженая	1 кг	129,9	125,9	149	139,9
Молоко ВМК 2,5% жирности	1 л	21,9	27,5	32,3	27,5
Яйца (Ермаково)	1 десяток	49,9	41,7	49,9	47,9
Масло сливочное (УОМЗ)	1 упак	89,9	76,7	69,9	121,9
Соль каменная	1 упак	19,9	10,6	6,9	10,6
ИТОГО:		598,9	583,2	606,2	677,3
Итого в месяц:		2811,42	2922,58	2991,63	3170,48

Рассмотрев цены на продукты, входящие в состав продовольственной корзины в различных торговых точках поселка Молочное и города Вологды можно сделать следующие выводы о том, что совершать свои покупки выгоднее всего в торговых точках «Магнит» в п. Молочное, так как там самые дешевые продукты, а самые дорогие продукты в торговой точке «Макси» г. Вологда.

Литература:

1. Экономика труда: учебник / А.И. Рофе. - М.: КНОРУС, 2010. -400 с.
2. Экономика и социология труда: Электронный учебник / Под ред. Л.А. Попова. Режим доступа: <http://www.elective.ru/>

УДК: 637.12.004.11

Е.С. Щукина, студентка 643 группы
К.К. Харламова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Резервы увеличения производства молока в СПК ПКЗ « Вологодский» Вологодского района

Объектом исследования является племенной конный завод «Вологодский» акционерное общество закрытого типа, расположен в 25 км от Вологды, село Погорелово Вологодского района, Вологодской области. Создан 22 сентября 1993 года его предшественник совхоз «Пудегский» созданный в августе 1965 года, преобразованный в 1989 году в государственный племенной конный завод «Вологодский». 26 мая 2001 года годовым общим собранием акционеров было принято решение о реорганизации АОЗТ ПКЗ «Вологодский» в форме преобразования в сельскохозяйственный производственный кооператив (СПК) «Племенной конный завод «Вологодский». Форма собственности частная. Генеральный директор Усиков, главный зоотехник по коневодству Бойко А.И. Направление хозяйства Вологодского конного завода – племенное коневодство и молочное животноводство. Основными культурами, которые возделываются на территории совхоза являются: озимая рожь, яровая пшеница, ячмень, овес, картофель, многолетние травы.

На Вологодском конном заводе кроме воспроизводства и выращивания племенных лошадей есть и такое производственное направление как молочное животноводство. Вологодский конный завод занимается выращиванием племенных лошадей русской рысистой и русской тяжеловозной пород.

При определении экономического положения и перспектив дальнейшего развития конкретного хозяйства необходимо учитывать не только природно-экономические условия, но и его размеры и специализацию.

СПК ПКЗ «Вологодский» специализируется на выпуске молока, так как товарная продукция животноводства по данному виду занимает наибольший удельный вес в своей структуре, так же весомую часть составляет продукция растениеводства. Размеры предприятия можно пронаблюдать в таблице 1.

СПК ПКЗ «Вологодский» является одним из крупных производителей продукции сельского хозяйства в районе, хозяйство обладает возможностью к дальнейшему развитию и увеличению объемов производства молока при рациональном использовании поголовья.

СПК ПКЗ «Вологодский» имеет ряд проблем и негативных сторон, связанных с производством молока:

- высокая яловость коров;
- высокий сервис-период;
- высокий сухостойный период;
- высокая себестоимость.

Таблица 1- Размер предприятия СПК ПКЗ “Вологодский”

Показатели	Годы			2012 в % к	
	2010	2011	2012	2010	2011
1.валовая продукция в сопоставимой оценке 1994 г., тыс. руб., в том числе:	2838	3575	3480	122,6	97,3
- продукция растениеводства	758	1380	1180	155,7	85,5
- продукция животноводства	2080	2195	2300	110,6	104,8
2.Товарная продукция сельского хозяйства в ценах реализации, тыс. руб.	100794	130536	134445	133,4	103,0
3. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.	141406	160227	190530	134,7	118,9
4.Среднегодовая численность работников, чел	199	198	200	100,5	101,0
5. Площадь с.-х. угодий, га	4084	4161	4077	99,8	98,0
в том числе пашня	3081	3158	3081	100,0	97,6
6. поголовье КРС всего, гол	1977	1954	1977	100,0	101,2
в том числе коров	805	805	805	100,0	100,0

Эта тема очень актуальна в сельском хозяйстве. Главной задачей является увеличение валового производства молока.

Возможны следующие мероприятия по увеличению валового производства молока:

- 1) Увеличение поголовья.

Увеличение поголовья - это экстенсивных фактор увеличения валового надоя. Этот фактор не является самым действенным и оптимальным.

Увеличение поголовья коров необходимо согласовать с наличием свободных скотомест, с возможностью обеспечить животных кормами. Проектная мощность имеющихся животноводческих помещений позволяет несколько увеличить поголовье скота, поскольку есть свободные скотоместа. Хозяйство располагает возможностью приобретения (за счет собственных нетелей и телок старше 3-х лет) и размещения дополнительного поголовья коров.

Учитывая затраты на производство кормов, возможно увеличить поголовье на 5 голов.

Расчет резерва увеличения валового надоя молока за счет увеличения поголовья коров:

$$P_{\text{пог}} \uparrow \text{ВН} = (P_{\text{воз}} - P_{\text{ф}}) \cdot \text{ПР}_{\text{ф}} \quad (1)$$

$$P_{\text{пог}} \uparrow \text{ВН} = (810 - 805) \cdot 80,1 = 400,5 \text{ ц}$$

При увеличении поголовья коров на 5 голов при удое на одну фуражную корову 80,1. производство молока увеличится на 400,5 ц.

2) Уменьшение сухостойного периода.

Сухостойный период – время от прекращения у коров лактации до очередных родов. Он физиологически необходим для сохранения здоровья животных, продления срока их жизни, получения жизнеспособного приплода и высокой молочной продуктивности коров. Этот период следует рассматривать как восстановительный. За это время пополняются запасы белка, жира, минеральных веществ, витаминов, израсходованных организмом в предыдущую лактацию, особенно при недостаточном или несбалансированном кормлении. Оптимальная продолжительность сухостойного периода для нормально упитанных коров составляет 60 дней.

Сухостойный период без ущерба для здоровья животного можно снизить до нормы за счет лучшего качества кормов, соблюдения норм кормления коров в сухостойном периоде [1].

Резерв увеличения производства молока за счет сокращения сухостойного периода составит:

$$P \uparrow \text{ВН}_{\text{сух}} = (\text{Су}_{\text{хф}} - \text{Су}_{\text{хвозм}}) * \text{У}_{\text{сут}} * \text{П}_{\text{возм}} \quad (2)$$

$$P \uparrow \text{ВН}_{\text{сух}} = (64 - 60) * (80,1/365) * 810 = 711 \text{ ц.}$$

Сокращение сухостойного периода до нормативного уровня позволит увеличить производство молока на 711 ц.

3) Снижение яловости.

Яловость коров является отрицательным фактором в хозяйстве, влияющим на уровень продуктивности и воспроизводства стада. В целях ее снижения необходимо проводить следующие мероприятия, соблюдать сбалансированность рациона кормления, осуществлять прогулки коров на свежем воздухе для большей активности животных. Так же влияет качество осеменения.

$$P \uparrow \text{ВН}_{\text{ял}} = (\text{Я}_{\text{факт}} - \text{Я}_{\text{возм}}) * \text{У}_{\text{факт}} * 0,5 * \text{Пог}_{\text{возм}} \quad (3)$$

$$P \uparrow \text{ВН}_{\text{ял}} = (0,117 - 0,09) * 40,05 * 0,5 * 810 = 437,9 \text{ ц.}$$

Если яловость коров снизится с 11,7% до 9%, то произойдет увеличение производства молока на 437,9 ц. на все поголовье.

4) Снижение сервис-периода.

Сервис-период – это период от отела коровы до последующего ее оплодотворения, или время от окончания одной до начала следующей стельности. Служит показателем плодовитости животных и организации воспроизводства стада.

Оптимальная продолжительность сервис-периода молочных коров – 2,0-2,5 месяца [1].

$$P \uparrow \text{ВН}_{\text{серв.}} = (\text{Сер}_{\text{ф}} - \text{Сер}_{\text{возм}}) * \text{У}_{\text{сут}} * \text{П}_{\text{возм}} \quad (4)$$

$$P \uparrow \text{ВН}_{\text{серв.}} = (90 - 80) * (80,1/365) * 810 = 1777,6 \text{ ц}$$

Сокращение сервис - периода до нормативного уровня позволит увеличить производство молока на 1777,6 ц.

Общая сумма рещервов представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Обобщение резервов увеличения производства молока

Наименование резерва	Производство молока, ц
Увеличение поголовья коров	400,5
Снижение яловости	437,9
Сокращение сухостойного периода	711
Сокращение сервис-периода	1777,6
Итого	3327

В СПК ПКЗ « Вологодский» при увеличении поголовья на 5 голов, снижения яловости, сухостойного периода и сервис-периода рост производства молока составит 3327 ц на все поголовье. При надлежащем соблюдении всех предложенных мероприятий по совершенствованию планирования в СПК ПКЗ «Вологодский» можно повысить рентабельность производства молока на 4,41 %.

На основе внедрения интенсивных технологий и государственной поддержки отрасли предполагает существенно повысить продуктивность животных и увеличить производство товарной продукции.

Предполагается перейти на наиболее эффективные, ресурсосберегающие технологии производства молока, позволяющие повысить продуктивность.

Литература:

1.Скрынник Е. Увеличение производства мяса и молока – великие времена // Экономика в сельском хозяйстве России, № 4 2010год.

2.Горфинкель Д.М. Организация основных трудовых процессов в животноводстве. - Лекция для студентов экономических специальностей – Мн.: Высшая школа, 2008.

Секция 3 «Геретические вопросы экономического развития»

УДК 657.372.3

*К. А. Алексеева, О. Л. Головина, студентки 653 группы
Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Последствие модели «шоковой терапии»

«Шоковая терапия» (концепция радикального перехода) основывается на быстром, широком и параллельном проведении системных экономи-

ческих реформ. Радикальный переход осуществляется, прежде всего, через быстрый демонтаж централизованного планирования и замену его на экономические методы регулирования (особенно финансовые, т.е. денежно-кредитные и налогово-бюджетные), быструю либерализацию цен и внутренней и внешней торговли. Достоинством радикальной концепции является быстрое построение современной рыночной экономики. Недостатками являются дестабилизация финансов в ходе одномоментной либерализации цен и большой и нередко длительный трансформационный спад из-за активной борьбы со вспыхивающей из-за одномоментного освобождения цен инфляцией, падение уровня жизни и рост безработицы, и другие социальные проблемы. Данная концепция стала преобладающей в ЦВЕ и СНГ, хотя отнюдь не во всех из них она реализовалась с высокой скоростью, широким размахом и одновременным проведением реформ во всех направлениях. Более того, в ряде постсоветских стран она к тому же сочеталась с частичной реализацией концепции эволюционного перехода.[2]

Почти все страны социалистического лагеря столкнулись с проблемой финансового кризиса позднего социализма, необходимостью снятия накопленного при социализме денежного навеса и заметного скачка инфляции в начале рыночного перехода. В этой связи их обычно разделяют на совокупность тех государств, которые сумели противопоставить финансовому кризису жесткую денежную политику и за короткие сроки сбить инфляцию до умеренных значений (Польша), и тех, где денежная политика была мягкой, темпы роста номинального денежного предложения подвержены резким колебаниям, а период высокой инфляции – длительным (Россия).

«Шоковая терапия», начавшаяся в январе 1992 г., была попыткой России совершить переход к рыночной экономике. Соответствующая программа, составленная Егором Гайдаром при поддержке западных экономистов, Всемирного банка и МВФ, начала реализовываться вскоре после распада Советского Союза. Многие из основных «шокотерапевтических» идей остаются в силе и сегодня, несмотря на то, что официально от них отказались.

Среди ее последствий американские и другие западные бизнесмены отметили препятствия, возникшие на пути развития российского предпринимательства. К ним относятся: коррупция, запретительный уровень налогообложения, непродуктивный труд рабочих, проблемы со связью, отсутствие финансовых и других институтов рыночной инфраструктуры, стабильной «окружающей среды» для предпринимательской деятельности. В результате часть тех немногих западных фирм, которые решились начать свою деятельность в России, была вынуждена ее прекратить. «Шоковую терапию» Гайдара можно обозначить как «подход СЛП (стабилизация, либерализация и приватизация)» к переходному периоду, поскольку тремя ее основными элементами являются стабилизация, либера-

лизация и приватизация. Каждый из этих элементов дал результаты, сильно отличающиеся от тех, на которые рассчитывали ее инициаторы, и каждый внес значительный «вклад» в бедствия, выпавшие на долю российской экономики.

Макроэкономическая стабилизация, первая составляющая «подхода СЛП», предполагала установление предельных размеров дефицитов госбюджетов и других переменных макроэкономической политики. «Российская Великая депрессия» является гораздо более тяжелой, чем в США в 30-х годах. С 1992 г. по 1996 г. произошел колоссальный спад промышленного производства — на 55% по сравнению со спадом в 35% во время «Великой депрессии» 1929 — 1933 гг. в США. До «шоковой терапии» российская экономика была по величине второй в мире, опережая Японию и Германию и уступая только США. Сейчас она, возможно, занимает 11-е или 12-е место, находясь примерно на одном уровне с Бразилией или Мексикой. Другим аспектом провала стабилизации явился устойчиво высокий уровень инфляции. Хотя она и не достигла параметров гиперинфляции (более 50% в месяц), рост цен длится уже так долго, что рубль фактически ничего не стоит, и происходит долларизация российской экономики. Один нынешний рубль стоит менее 1/2000 рубля 1991 г., когда «шоковая терапия» еще не началась. Эта долгосрочная инфляция уничтожила сбережения и не дала возможности подняться среднему классу, являющемуся основой любой нормальной политической и социальной системы.

Можно отметить множество последствий этого провала стабилизации и связанных с ним спада и инфляции. Одно из них — истощение инвестиций с вытекающей отсюда эрозией основного капитала и масштабным «бегством» накоплений, намного превышающим по своим объемам любую помощь, полученную Россией от международных институтов и западных правительств. Налицо также растущая безработица и огромные масштабы неполной занятости наряду с невыплатой заработной платы. Другое последствие выражено снижением реальной зарплаты и уровня жизни, ведущим к обнищанию значительной части населения. В то время как жизненный уровень падает, мало, что осталось от системы социальной безопасности; услуги, обеспечение которых государство ранее либо полностью финансировало (в частности, в области здравоохранения и образования), либо в значительной степени субсидировало (включая обеспечение продовольствием и жильем), ныне обходятся населению гораздо дороже. В результате этих провалов нанесен огромный урон главным активам России — ее человеческому капиталу и природным ресурсам. Кроме того, многие другие системы, являющиеся частью современного государства, также находятся в состоянии коллапса. Это касается здравоохранения (продолжительность жизни мужчин упала с более чем 70 до 54 лет), экологии, науки и технологий. Урок, который можно извлечь из реформ по методу «шоковой тера-

пии», состоит в том, что нельзя стабилизировать экономику, если не дать правительству соответствующих полномочий.[1]

Либерализация цен, вторая составляющая «подхода СЛП», связывалась с допущением того, чтобы цены устанавливались на рынках, а не административными методами. Согласно теории, если цены формируются рыночным способом, они отражают условия спроса и предложения. В российской реальности дело приняло, однако, совсем иной оборот. Цены устанавливаются не столько рынками, сколько монополиями, упрочившимися в результате приватизации, мафиозными группировками, контролирующими важнейшие сектора экономики, а также коррумпированными чиновниками. Урок, который можно из этого извлечь: при либерализации цен до проведения приватизации результатом становится не эффективное производство, а, прежде всего создание условий для получения выгоды теми, кто находится у власти.

Приватизация предприятий, третья часть «подхода СЛП», означала превращение предприятий, находящихся в государственной собственности, в частные фирмы, что, согласно замыслу, должно было обеспечить возникновение позитивных стимулов у собственников, управляющих и рабочих. Российская приватизация началась в середине 1992 г. и представляет собой одну из наиболее всеобъемлющих перестроек крупномасштабной экономики. Приватизация государственных предприятий, где новыми собственниками обычно оказываются старые менеджеры («приватизация для своих»), обусловила появление частных монополий с соответствующим монополистическим поведением. Существующие же рычаги правового регулирования оказались слишком слабыми, чтобы противостоять этим явлениям. Соответствующий урок: проведение приватизации без должного правового регулирования и действенной юридической системы создает стимулы не к росту эффективности, а к криминализации экономики. [3]

Некоторые экономисты предсказывают российской экономике поворот к лучшему, но эти прогнозы, как представляется, основаны больше на политике, чем на экономике. Одним из признаков такого поворота стало бы возвращение капитала, вывезенного за рубеж; это свидетельствовало бы, что внутренние инвесторы увидели смысл в репатриации своих накоплений. Нечто подобное произошло в экономике Аргентины и других стран Латинской Америки, и, чтобы добиться аналогичного результата, Россия должна избрать новый подход к процессу преобразований. Она, прежде всего, должна признать, что «шоковая терапия» привела не столько к переходу к рыночной экономике, сколько к появлению разновидности псевдо рыночной экономики некоего искусственного капитализма. Искомый же переход предполагает полную перестройку экономики на базе альтернативы. Имеется в виду «подход ИКП»: «институты, конкуренция и правительство». Россия должна начать движение в этом новом направлении, чтобы преодолеть проблемы, вызванные «шоковой терапией».

Основной проблемой является то, что «шокотерапия» разрушила институты социалистической экономики, но не создала институтов экономики рыночной. Рыночные силы призваны были сформировать эти институты, но последние или не формировались вообще, или формировались очень медленно. Институты, заполнившие возникший вакуум, в значительной степени являются криминальными. В результате преступления и коррупция принимают в российской экономике угрожающие размеры.

Конкуренция, с которой связывается вторая составляющая «подхода ИКП», предполагает содействие созданию новых предприятий — субъектов конкурентных отношений. Конкуренция — это то, что заставляет западные рыночные экономики «работать». Приватизированные монополии хуже монополий, находящихся в собственности государства, ибо не подразумевают эффективного государственного регулирования, выступающего ограничителем монополистического ценообразования и разбазаривания активов.[2]

Цель реализации третьей составляющей «подхода ИКП» — активное правительство, которое должно играть важную роль в руководстве экономикой, создании соответствующих институтов и в содействии формированию конкурентной и стабильно право обеспеченной «окружающей среды» для предпринимательской деятельности. Правительство не обеспечивает должного функционирования здравоохранения и образования, защиты окружающей среды. Оно также не поощряет и не облегчает независимые действия местных органов власти. Подлинный переход к рыночной экономике требует сильного и активного правительства, которое призвано сыграть ведущую роль в создании институтов и предприятий, обеспечении власти закона и надзора за соблюдением соответствующих рамок регулирования.

Переходная экономика (переходный период в экономике) - это хозяйственные процессы в период перехода от одной хозяйственной системы к другой.

Переходным периодом называют временной интервал между двумя хозяйственными системами. В этот период совершается замена элементов старой системы на новые. Этот период интересен тем, что экономические процессы развиваются здесь очень своеобразно. Наряду с общеэкономическими принципами, в переходном периоде действуют множество специфических закономерностей, не встречающихся в экономических процессах внутри хозяйственной системы.

Переход может осуществляться по разным сценариям, но в целом существует две общие модели: градуализм и «шоковая терапия».

Градуализм (концепция эволюционного перехода) базируется на медленном и последовательном проведении системных экономических реформ. В результате длительное время сосуществуют механизм административно-командной экономики (особенно в госсекторе) и рыночный механизм. Поэтому здесь действует так называемая двухсекторная модель эко-

номики, т.е. сосуществование рыночного и административно-командного сектора, а демонтаж первого сектора осуществляется постепенно. Достоинством концепции является отсутствие так называемого трансформационного спада, т.е. падения размеров ВВП в первые годы осуществления системных реформ, а также смягчение социальных последствий реформ. Недостатками концепции являются медленные темпы построения современной рыночной экономики в стране (но отнюдь не темпы экономического роста), сохраняющееся сильное государственное вмешательство.

Можно отметить множество последствий этого провала стабилизации и связанных с ним спада и инфляции. Одно из них — истощение инвестиций с вытекающей отсюда эрозией основного капитала и масштабным «бегством» накоплений, намного превышающим по своим объемам любую помощь, полученную Россией от международных институтов и западных правительств. Налицо также растущая безработица и огромные масштабы неполной занятости наряду с невыплатой заработной платы. Другое последствие выражено снижением реальной зарплаты и уровня жизни, ведущим к обнищанию значительной части населения. В то время как жизненный уровень падает, мало что осталось от системы социальной безопасности; услуги, обеспечение которых государство ранее либо полностью финансировало (в частности, в области здравоохранения и образования), либо в значительной степени субсидировало (включая обеспечение продовольствием и жильем), ныне обходятся населению гораздо дороже. В результате этих провалов нанесен огромный урон главным активам России - ее человеческому капиталу и природным ресурсам. Кроме того, многие другие системы, являющиеся частью современного государства, также находятся в состоянии коллапса. Это касается здравоохранения (продолжительность жизни мужчин упала с более чем 70 до 54 лет), экологии, науки и технологий. Урок, который можно извлечь из реформ по методу «шоковой терапии», состоит в том, что нельзя стабилизировать экономику, если не дать правительству соответствующих полномочий. [1]

Литература:

1. Мартынов В.А., Автономов В.С., Осадчая И.М. Переходная экономика: теоретические аспекты, российские проблемы, мировой опыт. – М.: Экономика, 2005. – 422 с.
2. Цыпин И.С., Веснин В.Р. Мировая экономика: Учебник – М.: Проспект, 2007. – 248 с.
3. Экономика: Учебное пособие /Под ред. А.С. Булатова. – М.: изд-во БЕК, 2006. – 518 с.

УДК 334.021

*С.М. Аль-Махамид студент 611 группы
Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Теорема Коуза, ее сущность и актуальность

Актуальность темы исследования обусловлена происходящими в Российской Федерации в течение последних двадцати лет колоссальных масштабных экономико-политических трансформаций, в основе которых заложен экономический переход. Любые социально-экономические изменения сопровождаются и институциональными преобразованиями – формальными (законы) и неформальными (культурные, социальные, традиционные). В подобных условиях, для анализа происходящих правовых и экономических процессов, необходим поиск опорной точки для исследователя.

В связи с этим нередко возникает необходимость в применении западных теорий. Теорема Коуза, на наш взгляд, актуальна на сегодняшний день, как один из инструментариев экономико-политических исследований современной России, особенно таких ее сторон, как агентские и контрагентские отношения, становление рыночного менеджмента и приватизационные реформы. Отлично, на наш взгляд, исследуется с позиции теоремы Коуза и рынок недвижимости. Это тем более оправдано, если принять во внимание ту злободневность, какую приобрело сейчас обсуждение проблем собственности в нашей стране. Поэтому знакомство с данным кругом теорий могло бы, вероятно, способствовать углублению дальнейшего научного поиска в этой области.

Теорема Коуза выдвигает утверждение: эффективность и независимость (инвариантность) распределения ресурсов по отношению к распределению прав собственности (то есть структура производства) остается той же самой независимо от того, кто каким ресурсом владеет. [1] Теорема выполняется при двух условиях: полной спецификации прав собственности и нулевых транзакционных издержках, под которыми понимаются затраты, связанные с поиском информации, ведением переговоров, оформлением контрактов, их юридической защитой и т.п.

Теорема затрагивает побочные результаты любой деятельности, которые касаются не непосредственных ее участников, а третьих лиц. Существование экстерналий приводит к расхождению между частными и социальными издержками (по формуле – социальные издержки равны сумме частных и экстерналий, то есть возлагаемых на третьих лиц). В случае отрицательных внешних эффектов частные издержки оказываются ниже социальных, в случае положительных внешних эффектов – социальные издержки ниже частных. Основная идея Коуза состоит в следующем. Если внешние эффекты интернализованы в результате четкого распределения

прав собственности на все порождающие их факторы производства, то обмен этими правами на открытом рынке будет приводить к росту прибыли, извлекаемой из использования данных факторов производства.[3] В результате перераспределения прав собственности и будет достигаться наиболее эффективное решение проблемы: например, если агенту А принадлежит право на нанесение ущерба деятельности агента В, то А может либо продолжать наносить ущерб, либо продать агенту В - это право и переключиться на альтернативную деятельность, не наносящую В этого ущерба. В свою очередь, агент В, максимизируя собственную прибыль, может:

1) выкупить у А его право (и он это сделает, если те издержки, которые понесет А в результате перехода на наилучшую альтернативную деятельность меньше величины ущерба, а величина ущерба ниже издержек агента В, обусловленных сменой его деятельности);

2) смириться с нанесением ему ущерба и не требовать никакой компенсации (ему будет выгодно именно это решение, если величина ущерба меньше издержек, обусловленных сменой деятельности каждого из агентов);

3) сменить деятельность (в том случае, если соответствующие издержки меньше и величины ущерба, и издержек агента А при его переходе на альтернативную деятельность).

Аналогичным образом можно проанализировать случай, в котором агенту А не принадлежит право на нанесение ущерба. И тогда из сравнения схем поведения агентов сразу становится явным одно из основных положений теоремы Коуза: конечный результат (структура производства, к которой приходят агенты в результате обмена правомочий) не зависит от исходного распределения прав.

Понять причину отсутствия такой зависимости несложно. Дело в том, что в своем стремлении минимизировать издержки, агенты из трех видов затрат - величины ущерба и издержек по переключению каждого из агентов на наилучшую альтернативную деятельность - выбирают тот вид, который соответствует наименьшим затратам. Иначе говоря, из трех зол агенты выбирают наименьшее. Как видно, перераспределение прав на основе рыночного механизма обязательно должно приводить структуру производства к той, которая отвечает наименьшим издержкам и, следовательно, максимизирует ценность производства. И это действительно всегда было бы так, если бы соответствующие трансакции сами осуществлялись без издержек. Наличие положительных трансакционных издержек усложняет ситуацию и делает ее не столь однозначной. В этом случае "...перераспределение прав будет предпринято только если издержки трансакций, необходимых для его достижения, меньше, чем возрастание ценности в результате такого перераспределения". Следовательно, в случае значительных трансакционных издержек максимальная ценность производства может и не достигаться, или, во всяком случае, возможность ее достижения будет определяться дру-

гими обстоятельствами, например, первоначальным распределением прав собственности.

Одно из этих следствий можно сформулировать в следующем виде: оптимизация структуры производства может не достигаться в случае нарушения хотя бы одного из условий теоремы. Второе следствие можно сформулировать следующим образом: если права собственности на ресурсы четко определены, а трансакционные издержки положительны, то первоначальная спецификация прав собственности может оказать влияние на эффективность окончательного распределения ресурсов. Третье следствие: если трансакционные издержки положительны, то действие рыночного механизма может оказаться недостаточным для оптимизации структуры производства. Последнему следствию можно придать и следующий вид: чем выше трансакционные издержки, тем ниже вероятность (при прочих равных условиях) для достижения оптимального размещения ресурсов, если ограничиваться рамками рыночного механизма.

Приведем практический пример применения теоремы Коуза:

Представим себе, что по соседству расположены земледельческая ферма и скотоводческое ранчо, причем коровы ранчера могут заходить на поля фермера, нанося ущерб посевам. Если ранчер не несет за это ответственности, его частные издержки будут меньше социальных. Казалось бы, есть все основания для вмешательства государства. Однако Коуз доказывает обратное: если закон разрешает фермеру и скотоводу вступать в добровольные соглашения по поводу потравы, тогда вмешательства государства не потребуется; все разрешится само собой.

Допустим, оптимальные условия производства, при которых оба участника достигают максимума благосостояния, заключаются в следующем: фермер собирает со своего участка урожай в 10 центнеров зерна, а хозяин ранчо откармливает 10 коров. Но вот ранчер решает завести еще одну, одиннадцатую корову. Чистый доход от нее составит 50 долларов. Одновременно это приведет к превышению оптимальной нагрузки на пастбище и неизбежно возникнет угроза вытаптывания посевов для фермера. Из-за этой дополнительной коровы будет потерян урожай в размере одного центнера зерна, что дало бы фермеру 60 долларов чистого дохода.

Рассмотрим первый случай: правом не допускать вытаптывание обладает фермер. Тогда он потребует от скотовода компенсацию, не меньшую, чем 60 долларов. А прибыль от одиннадцатой коровы - только 50 долларов. Вывод: ранчер откажется от увеличения стада и структура производства останется прежней (а значит, и эффективной) - 10 центнеров зерна и 10 голов скота. Во втором случае права распределены так, что хозяин ранчо не несет ответственности за потраву. Однако у фермера остается право предложить ранчеру компенсацию за отказ от выращивания дополнительной коровы. Размер «выкупа», по Коузу, будет лежать в пределах от 50 долларов (прибыль ранчера от одиннадцатой коровы) до 60 долларов (прибыль

фермера от десятого центнера зерна). При такой компенсации оба участника окажутся в выигрыше, и ранчер опять-таки откажется от выращивания «неоптимальной» единицы скота. Структура производства не изменится.

Конечный вывод Коуза таков: и в том случае, когда фермер имеет право потребовать компенсацию с ранчера, и в том случае, когда право поправки остается за ранчером (т. е. при любом распределении прав собственности), исход оказывается одним: права все равно переходят к той стороне, которая ценит их выше (в данном случае - к фермеру), а структура производства остается неизменной и эффективной. Сам Коуз по этому поводу пишет следующее: «Если бы все права были ясно определены и предписаны, если бы трансакционные издержки были равны нулю, если бы люди соглашались твердо придерживаться результатов добровольного обмена, то никаких экстерналий не было бы». «Провалов рынка» в этих условиях не происходило бы, и у государства не оставалось бы никаких оснований для вмешательства с целью корректировки рыночного механизма.

Литература:

1. Коуз Р. "Природа фирмы": истолкование / Природа фирмы. – М.: Дело. -2001 242 с.

2. Коуз Р. “Проблема социальных издержек”., изд. Финансы и Статистика, 2008 г., 216 с.

3. Вадим Новиков. Концепция прав собственности Рональда Коуза с точки зрения права и экономической теории (доклад на семинаре ЭТИХиП 30.06.2005) [Текст] Опубликовано на сайте <http://www.sapov.ru/seminar/seminar8-text.htm>

УДК 338.001.36

Е.А. Белова, студентка 634 группы

*А.А. Иванов, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Лизинг как альтернатива имущественной поддержки малому бизнесу в России

Малые предприятия являются чрезмерно важным элементом нормального функционирования экономики страны, они оказывают ощутимое влияние на развитие народного хозяйства, решение различных социальных проблем, увеличение численности занятости населения.

Несмотря на то, что государственная поддержка малого предпринимательства осуществляется сразу по многим фронтам: региональными, отраслевыми и муниципальными программами, разрабатываемыми Правительством Российской Федерации, органами исполнительной власти субъ-

ектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, малое предпринимательство в России все равно развивается недостаточно быстрыми темпами, в первую очередь это связано с различного рода финансовой нестабильностью некоторых отраслей экономики, а это чревато проблемами в поиске приемлемых источников финансирования для малого предпринимательства.[1] Именно этим обусловлена **актуальность** статьи.

Целью работы является раскрытие преимуществ лизинга для развития малого бизнеса в России.

Задачи:

1. Раскрыть понятие лизинг;
2. Показать достоинства лизинга;
3. Выявить недостатки лизинга;
4. сравнить приобретение имущества в лизинг, кредит и за собственные средства.

Объектом исследования является лизинг как поддержка малому бизнесу.

При написании статьи использовались следующие **методы**:

- сравнительный метод;
- изучение монографических публикаций и статей;
- аналитический метод.

Зачастую малые предприниматели при выборе способа финансирования бизнеса предпочитают использовать собственные средства или же обращаются в банки, так как считают, что это надежно, и иногда даже не рассматривают варианты лизинга. Данная политика чревата выводом из оборота значительных средств, потребностью в ускорении оборачиваемости, а следовательно, и растущей потребности в денежных средствах, нередко это приводит малые фирмы к невозможности оплатить счета, а следовательно, и к банкротству. В первую очередь это обусловлено достаточно низкой информированностью населения, а, как известно, в нашей стране люди предпочитают переплатить, чем испробовать что-то новое.

Лизинг открывает множество возможностей для развития малого предпринимательства в стране. Лизингом называется одна из форм кредита, при которой происходит передача объекта собственности в долгосрочную аренду с последующим правом выкупа и возврата. То есть лизинг предполагает, что банк (лизингодатель) приобретает оборудование, которое он сдает в аренду своему клиенту с последующим правом выкупа арендуемого оборудования. [4]

Для предпринимателей едва ли не самым важным преимуществом лизинга перед другими формами финансирования послужит доступность различного рода ресурсов и простота заключения сделки, а в случае использования стандартной системы налогообложения – и экономические выгоды, связанные со снижением налогооблагаемой базы по налогу на прибыль.

При рассмотрении отрицательных сторон лизинга можно отметить то, что часть стоимости имущества клиенту придется оплатить сразу (авансовый коридор колеблется в пределах от 8% до 40%).

Если рассматривать положение лизингодателей, то у них основные проблемы заключаются в наличии трудностей в оценке деятельности данной формы предпринимательства, связанных с низкой финансовой устойчивостью и платежеспособностью и высокой степенью зависимости предпринимателя от множества внешних факторов.

Но все же в данной области плюсов значительно больше, и они куда весомее.

Благодаря лизингу предприниматель может с минимальными затратами расширять свою сферу деятельности или масштабы бизнеса.

Лизинг способен приносить предприятию довольно весомые налоговые преимущества, так как процент по лизингу пойдет в возмещение НДС. Если оборудование покупается за свои средства, оно сразу становится на баланс и возникает огромный НДС к возмещению, а если оборудование приобретается по лизинговой схеме, то НДС к возмещению как бы «расплачивается» по всему сроку.

С лизинговой компанией проще договориться о пересчете платежей, нежели с банком в случае возникновения финансовой неустойчивости. Лизингодатели создают не только специальные требования, но и специальные «льготные» условия и программы сотрудничества (уменьшение сумм сделок, гибкие платежи, сезонные отсрочки). [3]

Также не следует забывать о простоте заключения лизингового договора в сравнении с кредитным. При обращении в банк впервые потребуется огромный пакет документов: кроме финансовой отчетности нужна информация об учредителях, структуре собственников и бизнес-план с прогнозом денежных потоков, куда будет использоваться оборудование, проект контракта с поставщиком. Это делает процедуру получения денег очень затянутой, что не может положительно сказаться на бизнесе. Во многих лизинговых компаниях в то же время анализ малых предприятий осуществляется с выездом к клиенту, проводится исследование официальной бухгалтерской отчетности и первичных бухгалтерских документов, на основании которых составляется управленческая отчетность. Это довольно выгодно обеим сторонам контракта, поскольку лизингодатель также заинтересован в том, чтобы разобраться в бизнесе предприятия и понять реальную ситуацию владения активами, а следовательно, и обезопасить себя. [2]

Основные отличия между лизингом, кредитом и собственным приобретением представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнение лизинга кредита и покупки

Статья	Лизинг	Кредит	Покупка
Удорожание в год, %	3-12	12-22	0
Страховка, %	Применение льготной ставки 4-8	6-14	7-12
Оплачивает страховку	Лизинговая компания	Самостоятельно	Самостоятельно
Срок оформления сделки, днях	2-12	30-90	2-3
НДС уплаченный, возмещаемый из бюджета	НДС от общей суммы договора лизинга	НДС от стоимости оборудования, НДС с уплаченных процентов по кредиту не возмещаются	НДС от стоимости покупки
Обеспечение	Аванс 8-40%	Должно в 1,5-2 раза превышать сумму самого кредита	Отсутствует
Сохранение оборотного капитала <input type="checkbox"/>	Минимум собственных средств	Минимум собственных средств	Отвлечение большого объема капитала <input type="checkbox"/>
Отражение в балансе (улучшение или ухудшение)	Не увеличивает кредиторскую задолженность (это положительно отражается на балансе предприятия) <input type="checkbox"/>	Значительно увеличивает кредиторскую задолженность (это негативно сказывается на балансе предприятия)	–
Расходы по сделке	Лизинговые платежи (в т.ч. аванс), единовременная комиссия, выкупная стоимость, транспортный налог, налог на имущество <input type="checkbox"/>	Кредитные платежи (в т.ч. аванс), единовременная комиссия, выкупная стоимость, транспортный налог и пр.	Налог на имущество, Транспортный налог, страховка, таможенные платежи, расходы на доставку и т.п. Прямая покупка имущества происходит за счет чистой прибыли предприятия, и это означает, что уплаченный ранее налог на прибыль также удорожает

Для подтверждения преимущества лизинга приведем пример расчета стоимости покупки в лизинг и кредит в банке ВТБ 24 и ВТБ Лизинг.

Условные данные:

- стоимость имущества без НДС – 15 млн руб.;
- срок лизинга/кредитования – 4 года;
- процентная ставка – 16%;
- авансовый лизинговый платеж – 10%;
- лизинговый процент – 5%;
- погашение задолженности по кредиту/лизингу осуществляется равномерно с периодичностью один раз в месяц.

С помощью онлайн калькулятора на сайте ВТБ были получены следующие данные:

Приобретение в лизинг:

Стоимость объекта=15 000 000 руб;

Количество платежей = 48;

Ежемесячный взнос = 310 895, 46 руб;

Всего к оплате (без учета аванса) = 14 922 982, 08 руб;

Итого к уплате = 16 422 982, 08 руб.

Переплата = 1 422 982,08 руб. или 10%.

Приобретение в кредит:

Кредит = 15 000 000 руб;

Срок = 48 мес. по 16% годовых;

Сумма платежа: от 316 666, 67 до 512 500 руб;

Общая сумма выплат: 19 900 000,00 руб

Переплата = 4 900 000 руб. или 32,67%.

Таким образом, следует, что переплата при приобретении имущества в кредит при сравнении с лизингом составит 3 477 017,92 руб. Очевидно, что лизинг выгоднее для индивидуального предпринимательства. Он выступает в роли финансового рычага, позволяя тем самым увеличить масштабы бизнеса, получить что-то в лизинг гораздо проще, чем получить кредит для предпринимателя.

Лизинг – лучшее начало для создания кредитной истории. Он не ухудшает финансовую отчетность. Лизинговое имущество учитывается на балансе как арендованное. Дополнительно можно взять еще и кредит, если положение позволяет. Кредит для компании также может дать дружественный лизинговой компании банк. Лизинговые платежи можно осуществлять как наличным, так и безналичным расчетом. На любом этапе договора возможно досрочное погашение. Многие лизинговые компании также предоставляют возможность выбора графика платежей с учетом сезонного колебания спроса в бизнесе. Индивидуальный предприниматель имеет возможность учитывать лизинговое имущество на собственном балансе.

Все лизинговые платежи относятся на затраты, а это существенно снижает налоги. Также предусмотрена возможность последующего приобретения имущества на льготных условиях. Отсутствуют залого и поручители, поскольку залогом выступит приобретаемое имущество. [5]

Литература:

1. Адамов Н. Лизинг: правовая сущность, экономические основы, учет и налогообложение – 2-е изд. /Н. Адамов, А. Титов. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2006.

2. Лизинг как альтернатива имущественной поддержки малого предпринимательства // «Финансовая газета. Региональный выпуск», № 2, 2012. – Режим доступа: <http://www.lawmix.ru/bux/152144>.

3. Электронный ресурс: Газман В.Д. «Формирование цен лизинга» / «Финансовая газета. Региональный выпуск». № 12, 2009.– Режим доступа: <http://www.lawmix.ru/bux/169004>.

4. Электронный ресурс: Марков М.А. Лизинг. Все, что стоит знать о лизинге/ М.А. Марков Риск менеджмент форум. 2004. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/finance/capital/leasing_deal.shtml

5. Электронный ресурс: Лизинг: аналитика и экспертные оценки//Интернет-издание «Российский налоговый портал» от 31.01.2013. Режим доступа: <http://taxpravo.ru/>

УДК 338.5

*Р.Е.Борзенко, А.А.Гордеева студенты 611 и 612 групп
Е.С Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Ценовые войны и их последствия

Давно доказано, что ценовая политика компании является одним из важнейших маркетинговых и финансовых инструментов. От эффективности стратегии ценообразования зависит успех каждой фирмы. Особенное значение грамотно установленная цена приобретает в условиях жесточайшей конкурентной борьбы. Ценовая конкуренция на современном рынке нередко перерастает в ценовую войну: она способна буквально перековать облик того или иного сегмента. Угроза таких войн реальна и универсальна. Ни одна компания не защищена от них. К тому же они могут привести к потере уже имеющихся у компании клиентов - низкая цена перестает быть конкурентным преимуществом, поэтому клиент может выбрать компанию, способную предложить более высокое качество услуг. Другими словами, компания рискует подорваться на своей же «ценовой мине» [4]

Ценовые войны становятся обычным явлением для российского рынка. Так, за последние несколько месяцев ведущие операторы сотовой связи неоднократно пересматривали свои тарифы. А магазины германской компании Метро попытались «сразить» своих конкурентов крайне низкими ценами. Специфической разновидностью ценовых войн являются тендерные и демпинговые войны. Тендерные войны имеют место при проведении конкурсных торгов на поставку товаров, выполнение работ и оказание услуг. Демпинговые войны отражают использование одним из конкурентов демпинговых цен, под которыми понимается применение цен значительно ниже рыночных, часто даже ниже уровня среднеотраслевой себестоимости продукции.

Основной причиной ведения ценовых войн является стремление захватить большую долю рынка. Ведение демпинговой войны может означать стремление ее организатора до полного вытеснения конкурентов с рынка. Причиной стихийных (незапланированных) ценовых войн часто служит неточная информация о ценовой политике конкурентов: снижает цены для избранных дистрибьюторов, а менеджеры других компаний, не имея точных данных, воспринимают это как новую политику конкурента и в ответ тоже снижают цены. В ценовых войнах проявляется, а нередко ре-

лизуется так называемая стратегия «хищника», являющаяся следствием изначально продуманных действий. Заключается она в том, что «хищник» временно снижает цены и закрепляет их, как правило, ниже уровня переменных издержек. При этом предполагается, что конкуренты на некотором этапе не выдержат такого демпинга, недополучения прибыли и покинут рынок. После этого «хищник», разумеется, поднимает цены. Применять такую стратегию может позволить себе только сильная компания с диверсифицированными рынками и надежными источниками финансирования, поскольку ей необходимо выдержать низкие цены дольше своих конкурентов.

Ценовая война чаще всего является последним приемом, к которому прибегают компании на рынках с низкой дифференциацией товаров и услуг и высокими барьерами для выхода из отрасли. Это приводит к деградации рынков: стремясь любой ценой привлечь потребителей, конкуренты все больше снижают цены и лишают себя доли прибыли. В итоге вложения в развитие компании сокращаются и приобретение конкурентного преимущества, основанного не на цене, а на уникальных свойствах продукта, становится невозможным

Ценовые войны характерны и более или менее безопасны для сформировавшегося рынка, где определены доли и ниши основных игроков. На развивающихся рынках, к каким можно отнести Украину, это скорее негативное явление. Часто мероприятие заканчивается тем, что компания сохраняет прежнюю долю рынка, но на более низком уровне цен в отрасли. Становится меньше инноваций, тормозится развитие. В связи с приходом иностранных участников рынка, особенно в сфере розничных сетей акцент конкуренции сместился в сторону цен. Ценовой фактор активно используется западными сетями для вхождения и закрепления на отечественном рынке. Иностранные фирмы могут позволить себе вкладывать миллионы долларов в новый регион и длительное время работать на нем без прибыли, а то и в убыток, поддерживая низкий, демпинговый уровень цен в своих магазинах.

Ценовые войны ведут к дестабилизации рынка и потере прибыли всеми его участниками. Потребители либо торговые компании, если речь идет об оптовых продажах, привыкают платить мало, и в дальнейшем увеличить норму прибыли очень сложно. Даже после окончания войны покупатели еще некоторое время довольно негативно воспринимают нормальные цены. В их сознании остается стереотип, что именно та – низкая цена за товар или услугу была правильной. И они не захотят покупать данный продукт, если его цена не будет соответствовать этому представлению, что закономерно приводит к уменьшению спроса. Ценовые войны меняют лояльность клиентов – обычно в худшую сторону и часто навсегда. Как показывает практика, в случае затяжных ценовых войн в первую очередь разоряются мелкие и средние компании, а крупные могут дольше вести конкурентную борьбу за счет внутренних ресурсов, причем порой в убыток себе.

Также часто производственные мощности конкурентов, не выдержали ценовую войну, просто меняют собственников, то есть количество мощностей в результате не меняется. Мощности, заводы и т.п. просто консервируются или перепрофилируются с возможностью возобновления производства. В этом случае рационализации отрасли не происходит. Как только цены повышаются, слабые игроки опять начинают производить продукцию. Поэтому важно, приобретенные мощности конкурентов лишить возможности возобновлять производство при повышении уровня цен в будущем. Можно, например, продать оборудование, сдать в долгосрочную аренду площади, уволить рабочих и специалистов, полностью перепрофилировать производство и т.п.

При равных условиях конкурентов вести ценовые войны рискованно, а оказаться их объектом – опасно. Конкуренция должна быть конструктивной, а не деструктивной. Если вдруг необходимо ответить на действия «агрессоров», то лучше выбрать ход, не связанный со снижением цены. Можно, например, повысить уровень и качество обслуживания, ускорить сроки доставки товаров и т.п., то есть направить свою деятельность на то, чтобы повышенные по сравнению с конкурентом цены были оправданы в глазах покупателя. В рекламе продукции также лучше подчеркивать качественные характеристики, нежели стоимостные.

В целях защиты от «хищников» может быть применена такая превентивная мера как заключение с основными клиентами долгосрочных контрактов. На сам период возможного либо ожидаемого ценового обвала следует максимально сократить производство данного вида товаров, что позволит снизить издержки. Кроме того, если возможно, то лучше на некоторое время переключиться на другое производство. Возможно также применение предельного уровня ценообразования – организация устанавливает такую цену и такой объем выпуска продукции, при которых потенциальным конкурентам нерентабельно выходить на рынок.

Существует множество других способов борьбы с ценовой войной.

1. если цена товара конкурента ниже цены вашего товара, не надо считать это демпинг. Вполне возможно, что такая цена является следствием низкой себестоимости и / или низкой ценности;

2. убедить клиентов, что они, покупая ваш товар по более высокой цене, не переплачивают, а даже экономят. Эта модель характерна для зрелого рынка с высокой потребительской культурой, маркетинговым «стремлением» предпринимателей хоть несколько отличаться друг от друга;

3. работа «под прикрытием». Снижение цен конкурентами не грозит тому, кто имеет эксклюзивное конкурентное преимущество, которое не легко или слишком дорого скопировать другим участникам рынка. Это может быть инновация в производстве, оригинальный дизайн продукта или совершенный уровень обслуживания;

4. защититься от конкурирующих марок с более низкой цене можно за счет так называемых «фланговых» брендов. В таком случае для потребителя среди торговых марок будет предложена лучшая по качеству и выгоднее по цене. И без снижения цен на стратегический бренд можно удержать потребителей в пределах продукции компании;

5. в некоторых случаях средством защиты могут стать так называемые бренды – «камикадзе» – рождены, чтобы быстро исчезнуть и потянуть за собой бренд конкурента.

6. лучший способ выжить в ценовой войне – не втянуться в процесс снижения цен. В каждом конкретном случае должны проводиться, как минимум, причинно-следственные маркетинговые исследования, рассчитываться ценовая эластичность спроса. И конечно, ценовая политика должна подкрепляться остальными составляющими комплекса маркетинга.

Можно создать эксклюзив – в этом случае ценовая конкуренция невозможна в принципе. Также можно применить методику запутывания клиента. Так действуют, например, сотовые операторы – изучая тарифные планы, потребитель не может их сравнить. Конечная стоимость услуг состоит из абонентской платы, платы за разговоры внутри сети и с другими мобильными номерами, роуминга и т.п. Таким образом, ценовая война не возникает, так как цены невозможно сопоставить.

Из всего сказанного можно заключить, что вести ценовые войны весьма рискованно, оказаться их объектом – опасно. Кроме того, в целом, они наносят ущерб отрасли. Поэтому, любой компании не следует злоупотреблять ценовыми стратегиями, которые могут спровоцировать конкурентов на снижение цен. Конкуренция должна быть конструктивной, а не деструктивной. Если вдруг необходимо ответить на действия «агрессоров», то лучше выбрать ход, не связанный со снижением цены. Можно, например, повысить уровень и качество обслуживания, ускорить сроки доставки товаров и т.п.

Литература:

1. Длигач А. Ценовые «войны»: избегать или принимать вызов? / Маркетинг и маркетинговые исследования, № 3 - Москва, 2005
2. «Коммерсантъ секрет фирмы»/№3 от 21.10.2002/ К чему приводят ценовые войны? - Режим доступа.<http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1284514>
3. Российский бухгалтер.- Режим доступа.
<http://www.rosbuh.ru/article>
4. Максим Жаров, Игорь Шелепин «Секрет фирмы».- Режим доступа. <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/338586>

УДК 338.43:633. 2/4. 003

*В.Д. Владимиров, М.В. Карачев студенты 653 группы
Е.С. Вайс, к.э.н. доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина.*

Экономические реформы Китая

Китай является по-настоящему уникальной страной в плане пути своего экономического развития. За 20 лет реформ из экономически отсталой страны Китаю удалось стать одной из передовых держав, и это можно считать по-настоящему «экономическим чудом». В последнее десятилетие ВВП Китая рос темпами примерно в 10% в год, даже в кризисные 2008-2009 гг. рост китайской экономики составил около 6% и выглядел вполне положительно на фоне рецессии в странах Европы и США.

В первые 8 лет после образования КНР, молодое социалистическое государство, пережившее также и кровопролитную гражданскую войну, прошло через коренные качественные изменения в социально-экономической структуре. Значительную помощь, в закладке материально-технической базы социализма, оказал Китаю Советский Союз и другие страны социалистического блока. Во многом благодаря этой помощи и действительно огромному революционному энтузиазму китайского народа, в эти годы были достигнуты высокие и стабильные темпы экономического роста. С 1958 года начался "большой скачок", призванный построить в Китае коммунизм, минуя социалистический этап. Из-за завышения по этой причине степени обобществления производства, средств производства, системы оплаты труда, систем распределения продовольствия и товаров народного потребления до совершенного абсурда, общественные и экономические отношения приняли невиданно уродливые формы. Последствия недопустимого опережения уровня развития производительных сил формами производственных отношений не замедлили сказаться. Со стороны, наиболее парадоксально выглядел тот факт, что фантастические темпы экономического роста, достигнутые в первые годы "большого скачка", не только не увеличили промышленного и сельскохозяйственного производственно-экономических потенциалов страны, но и очень серьезно подорвали их настолько, что все последующие годы вплоть до конца 70х Китай оправлялся от этого удара, нанесенного самому себе.

Одним из важнейших событий мировой экономической истории последней четверти XX века стали беспрецедентные успехи экономики Китая. С начала экономических реформ валовой внутренний продукт этой страны увеличился в 5,7 раз, или на 9,6% в среднем в год, то есть, он удваивался с рекордной скоростью - каждые 7,5 лет! Начало экономических преобразований можно отнести реформы 80-х гг. XX в. В 1982 году для решения задач обеспечения реализации целей и задач реформы на всех уровнях управ-

ления китайской экономикой был создан Государственный комитет по реформе экономической системы при Госсовете КНР. Суть преобразований - коренное изменение старой экономической системы, ставшей препятствием для развития производительных сил, и постепенная замена ее новой, способной придать этому развитию динамичный характер. Рыночное регулирование носит двойственный характер: с одной стороны, рынок реагирует на экономические сигналы быстрее, чем план, что полезно для своевременной ориентации производства, с другой - рыночное регулирование отличается стихийностью и может принести негативный эффект. Поэтому нельзя ослаблять макроэкономический контроль государства, необходимо его всемерно совершенствовать. Государству следует создавать все условия для укрепления единого рынка внутри страны и его здорового развития[1]. При макроэкономическом контроле следует своевременно учитывать интересы текущие и перспективные, локальные и общенародные. Нужно одновременно использовать различные экономические и административные методы регулирования [2].

Реформа началась с сельского хозяйства, что отвечало требованиям того времени. Аграрные преобразования были связаны с отменой народной коммуны и заменой ее семейным подрядом и единой коллективной собственностью: отменена система госзаготовок, освобождены цены на большинство видов сельскохозяйственной продукции[3]. Доля отдельных домашних хозяйств возросла с 1% до 99%. В результате проведенных реформ ежегодные темпы прироста сельскохозяйственных культур выросли почти с 2,5 до 5,9. В деревне появились предприятия, созданные по инициативе крестьян, волостно-поселковые. В городах в соответствии с принципом отделения права хозяйствования от права собственности отобран ряд предприятий, которым предоставили большую свободу действий. Постепенно они должны стать самостоятельными самофинансирующимися экономическими субъектами и выходить на рынок непосредственно в качестве товаропроизводителей. На предприятиях введен налог на прибыль вместо старой системы сдачи части прибыли, установлена система ответственности за результат предпринимательства на основе подряда, преобразована система планирования и ценообразования в целях усиления рыночных рычагов. Четыре города - Шэньчжэнь, Чжухай, Сямынь, Шаньтоу - были объявлены специальными экономическими зонами. Вслед за ними 14 приморских городов, четыре региона в устьях рек Янцзы и Чжуцзян, юго-восточная часть провинции Фуцзянь, регион в районе Бахайского залива стали открытыми экономическими зонами. На острове Хайнань создана одноименная новая провинция, а сам он стал специальной экономической зоной. Все эти города и районы получили различные инвестиционные и налоговые льготы для привлечения иностранного капитала и технологий, заимствования эффективных методов управления у иностранных партнеров. Волны массового создания «зон развития» превратились в составную часть механизма пе-

риодически возникающего в китайской экономике инвестиционного «перегрева». За 1992-1993 гг., в период резкого ускорения экономического роста, приведшего к инфляционному скачку, в Китае было создано более 2 тыс. преференциальных зон, и ликвидация большей части из них стала одним из элементов стабилизационной политики, осуществлявшейся в 1993-1996 гг. Сходным образом ситуация сложилась и в ходе нового «перегрева», обозначившегося в народном хозяйстве КНР в 2002-2003 гг. К середине 2003 г. число «зон развития» в Китае достигло 3837, из которых только 232 были санкционированы Госсоветом КНР, а еще 1019 – провинциальными властями.

За годы реформы экономическая система Китая претерпела глубокие изменения: Образовалась многоукладная экономика. Госпредприятия дают сегодня 48,3% промышленной продукции, коллективные - 38,2, частные, в том числе с иностранным участием, - 13,5%. На долю государственной торговли приходится 41,3% общего розничного оборота, коллективной - 27,9, частной - 30,8%. Вводится система “ современных предприятий ”, требующая четкого разграничения прав и ответственности между предприятием и центральной администрацией [2]. Началось образование групповых предприятий, ставших основными участниками рынка. В соответствии с принципом “Чжуа Да Фан Сяо” (“держать в руках большие предприятия, отпустить маленькие”) многие мелкие госпредприятия получили право изменить не только механизм хозяйствования, но и форму собственности. Это позволило государству сосредоточить силы на улучшении положения крупных предприятий. В деревне сформировалась двухслойная хозяйственная система на основе сочетания коллективной собственности и семейного подряда. Более чем за 10 лет интенсивного развития объем производственных основных фондов коллективного сектора на селе возрос с 94,9 млрд до 179,7 млрд юаней при среднегодовом приросте в 13%. Услуги (бесплатные или дешевые), предоставляемые коллективным сектором крестьянским дворам, удовлетворяют ежегодно 60,5% общей потребности в машинной распашке земель, 63 - в ирригационных работах, 66,1 - в защите посевов от вредителей и болезней, 42 - в семенах, 48 - в химических удобрениях, 35% - в борьбе с болезнями домашних животных и птиц. Это способствует успешному развитию семейного подряда. Кроме того, в коллективном секторе появилось большое количество волостно-поселковых предприятий, создающих рабочие места для 120 млн крестьян. Быстро развивается и семейный подряд как база сельской экономики, который постепенно переходит к масштабному хозяйствованию. Глубокие изменения произошли в системе ценообразования. Цены на большинство видов продукции стали свободными. Так, по потребительским товарам доля рыночных цен достигла 90%, средствам производства - 80, сельскохозяйственным продуктам - 85% [3]. Преобразованы налоговая, банковская, валютная и инвестиционная системы. Введены налоги на добавленную стоимость, единый подоходный на-

лог для предприятий, система распределения налогов между центральным правительством и местными администрациями. На долю центра при этом приходится большая часть налоговых поступлений.

В 1980-е годы в Китае была создана двухуровневая банковская система. В 1979 году из единственного банка страны – Народного банка Китая – были выделены 3 специализированных (Сельскохозяйственный банк Китая (СХБК), Банк Китая (БК), Строительный банк Китая (СБК)). Банк Китая (Bank of China) был уполномочен осуществлять валютные операции. Остальные два занимались обслуживанием соответственно сельского хозяйства и строительства. В 1984 году возник четвертый специализированный банк – Промышленно-торговый банк Китая (ПТБК). Таким образом, Народный банк Китая стал настоящим центральным банком (хотя кое-какие операции по кредитованию предприятий он еще выполнял). Реформы банковского сектора 1990-х годов включали отмену кредитных планов, снижение государственного вмешательства в распределение кредитных ресурсов, частичное дерегулирование процесса допуска в отрасль (создания новых банков), частичное дерегулирование процентных ставок и постепенное ужесточение требований отчетности и норм пруденциального надзора.

В 1995 году были приняты Закон о центральном банке и Закон о коммерческих банках. В частности, Закон о ЦБ запрещал последнему предоставлять прямые кредиты центральному и провинциальным правительствам. Принятие этих законов, по сути, завершило процесс превращения Народного банка Китая в настоящий центральный банк и ознаменовало полный переход к двухуровневой банковской системе. Отменены официальные и рыночные курсы иностранных валют и введены единые плавающие курсы, регулируемые рынком. Постепенно создается система «ответственности за риск» на основе сочетания инвестиций юридических лиц и кредитов банков. Формируется рыночный механизм, который играет все большую роль в экономической жизни страны. Доля видов промышленной продукции, производство которых регулируется государственными директивными планами, снизилась с 95% в 1978 г. до 5% в настоящее время. Удельный вес товаров, ценами которых непосредственно управляет государство, в розничном товарообороте упал с 95 до 6%. Помимо рынка товаров начали создаваться рынки капиталов, машин и оборудования, рабочей силы, других необходимых для производства элементов. Таким образом, рынок будет играть основную роль в распределении экономических ресурсов. Получив возможность использовать разнообразные рычаги для регулирования макроэкономики, государство сократило прямое регулирование посредством административных директив, увеличив косвенное с использованием экономических инструментов (налоги, процентные ставки, валютные курсы, денежная масса), а также законодательства [1]. Образуется структура распределения, соединившая принцип распределения по труду с другими его видами. Началось создание системы социального обеспечения населения. По-

сле начала преобразований темпы роста заметно ускорились. В 1978-1995 гг. среднегодовой прирост ВВП составлял 9%, при этом в 1991-1995 гг. - 11%. Эти показатели значительно опережают средний мировой уровень. Китай продолжает занимать 1-е место в мире по выпуску цемента, хлопчатобумажных тканей, угля. Страна вышла на 1-е место по производству зерна, хлопка, рапсовых семян, мяса, яиц, 2-е - химических удобрений, 3-е - сахара, 4-е - электроэнергии, 5-е - сырой нефти. По объему ВВП Китай находится на одном из первых мест в мире. На его долю приходится 3,2% мирового валового продукта. С каждым годом повышается качество жизни населения. Доход крестьянина увеличился с 134 юаней в 1978 г. до 1 578 юаней в 1995 г., заработная плата рабочего возросла с 615 до 3 893 юаней. Реальные (с учетом повышения цен) среднегодовые темпы роста доходов крестьян в этот период составили 7%, рабочих - 5%. Остаточная сумма вкладов на счетах населения повысилась с 21 млрд. юаней в 1978 г. до 3000 млрд юаней в 1995 г., т.е. в 142 раза.

Таким образом, социально-экономические результаты реформы свидетельствуют об успешности ее проведения. Пути формирования и совершенствования социалистического рыночного экономического механизма. Создание и совершенствование социалистического рыночного экономического механизма - задача реформы на текущий период и перспективу. Основой экономического «чуда» Китая является соединение жесткой репрессивной системы с огромным ресурсом дешевой рабочей силы. «Энергия мускулов» - главный ресурс КНР, который в соответствии с законом убывающей отдачи, более не может обеспечить снижение себестоимости товаров. Китай к 2013 году остался страной с периферийным типом хозяйства и всего развития. В сфере технологий он следует заданным уже векторам, но не создает новых направлений. Для того, чтобы революционизировать китайскую экономику, создать для нее стабильные внутренние опоры, необходимо совершить в Китае демократическую революцию. Проблемы, что были накоплены в докризисный период и усилились в 2008-2012 годах, будут – сперва в силу объективных причин (развития и обострения кризиса) – выведены из-под контроля верхов. Затем они будут разрешены посредством изменений в политической системе Поднебесной. Избежать этого власти страны не смогут, несмотря на все репрессивные меры и усилия по удержанию экономики от обрушения. Китайские власти боятся обвала в экономике и стараются, чтобы замедление было плановым. Но по сути своей оно является объективным и обеспечено ненормальным разгоном экономики Поднебесной, несмотря на мировой кризис. Замедление темпов роста китайской экономики - это путь к падению в ней. Оно неизбежно, но не означает прекращение развития. Замедление китайской экономики не является переходом к «естественным темпам роста». Страну ожидают производственный спад и политические потрясения. В КНР должна смениться экономическая модель, без чего дальнейшее развитие невозможно[2].

Литература:

1. Хуан Дингуй "Китай: подходы и особенности экономических преобразований"
2. А. Островский "Догнать и перегнать Америку. Новые горизонты китайской экономики в XXI веке"
3. В. Попов "На полпути к вершине. Политика меняется, великая страна бессмертна"

УДК 336.12:354(470)

Ю.Ю. Воробьева, студентка 621 группы

*И.Н. Шилова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина.*

Мягкие бюджетные ограничения в российской экономике

Актуальность: Давно забытый термин 90-х «жесткие бюджетные ограничения» на удивление остается настолько же релевантным, насколько и труднодостижимым. Российская экономика нашего времени не столько экономика «жестких бюджетных ограничений», сколько экономика мягкая и аморфная, зачастую готовая заполнить ту форму или конфигурацию, которая будет ей предоставлена внешними условиями. Всё это подтверждает актуальность выбранной темы.

Цель: определить, как мягкие бюджетные ограничения влияют на экономику России.

Задачи: - описать характерные особенности мягких бюджетных ограничений;

- проанализировать особенности мягких бюджетных ограничений и их влияние на экономику;
- показать какие существуют инструменты, позволяющие смягчать бюджетные ограничения

Для нормального функционирования рыночной экономики требуется соблюдение финансовой дисциплины. Покупатели должны выполнять заключенные соглашения и оплачивать полученные ценности, заемщики не должны нарушать кредитные договора и оплачивать свои долги, налогоплательщики обязаны платить налоги - это считается юридическими обязательствами при рыночной экономике. Но кроме выполнения данных обязательств в развитой рыночной экономике расходы должны быть покрыты из своих доходов. Соответственно невыполнение данного условия приведет к банкротству и уходу предприятия из бизнеса.

Отсюда возникает понятие бюджетные ограничения – количество денег, которыми располагает предприятие и которое не должно быть превышено. Бюджетные ограничения могут считаться жесткими, если поток рас-

ходов, в том числе обслуживающие долги, не превышают поток доходов, включая получаемые кредиты. Невыполнение этого правила приводит к убыточности деятельности и как следствие к невыполнению юридических обязательств, т.е. те, кому причитаются платежи кредитуют предприятие против своей воли.

При смягчении бюджетных ограничений стремление к наращиванию прибыли ослабевает, так как существование предприятия гарантировано, т.е. мягкие бюджетные ограничения помогают сохранять старые производства, технологии, рынки и таким образом связывает ресурсы, которые могли быть использованы на более эффективные цели. В подобных условиях предприятие не считает нужным вносить необходимые изменения в технологию или в производство, таким образом ослабевает реакция на изменение цен и издержек. Неплатежи становятся формой сохранения отсталых и убыточных производств, которые должны быть подвержены процедуре банкротства, но неприменимой в силу массовости явления и социальных факторов.

Задолженность и неденежные расчеты - это комбинированные мягкие бюджетные ограничения при содействии исполнительной власти. В этом случае уклонение от уплаты налогов становится побочным следствием, так как компании осуществляющие скрытое субсидирование предпринимают попытки компенсировать свои затраты, что вызывает цепную реакцию в экономике. Это усиливает хронический характер неплатежей и препятствует проведению бюджетно-налоговой реформы.

Система неплатежей становится выгодной рентабельным предприятиям, если они будут связаны с бесперспективными предприятиями, являющимися первоначальными объектами мягких бюджетных ограничений. В нашей стране молчаливое соглашение, в соответствии с которым, энергетические компании берут под свою финансовую опеку бесперспективные предприятия в обмен за терпимое отношение органов исполнительной власти к их собственной налоговой задолженности, является главным препятствием в разрушении сложившейся системы неплатежей.

Кроме того преобладание мягких бюджетных ограничений может привести к чрезмерной степени заимствований, т.е. феномен долговых цепочек, вызывающий увеличение нагрузки на банковскую систему и государственный бюджет, путем роста бюджетного дефицита.

Объяснение синдрома мягких бюджетных ограничений основано на анализе внутренних и внешних интересов. При первых инвестициях произведенных государством или банком, проще продолжать финансирование, чем потерять уже вложенные средства. Это внутренний интерес и ужесточение возможно лишь при децентрализации кредитования.

Внешними факторами являются поддержка предприятий с целью поддержания уровня занятости, сохранения политической поддержки общества, как показатель помощи кризисным отраслям, также следует отме-

тить коррумпированные отношения между чиновниками, а главное, что в большинстве случаев, прекращение работы многих предприятий-монополистов приведет к большему ущербу, чем расходы по ее спасению. Таким образом, признание ущерба от мягких бюджетных ограничений приводит к выводу, что необходимо их ужесточение.

Существует четыре инструмента, позволяющие смягчать бюджетные ограничения:

~ бюджетные субсидии.

~ налоговые льготы и как следствие дифференциация уровня налогообложения в зависимости от прибыльности сектора экономики.

~ кредитование различных заемщиков в независимости от их платежеспособности.

~ уровень ценообразования, т.е. при свободной формуле формирования цены «затраты +» предприятию можно значительную часть затрат признавать обоснованной, в отличии от административно установленных цен, при которых необходимо прилагать массу усилий для получения прибыли.

Таким образом, неплатежи маскируют систему мягких бюджетных ограничений, представляющую собой широкомасштабную помощь нежизнеспособным предприятиям, а политика мягких бюджетных ограничений является следствием особенностей макроэкономической политики и не может являться самостоятельной причиной возникновения неплатежей.

Поэтому жесткие бюджетные ограничения, проведенные одновременно с денежно-кредитной политикой дадут необходимую сбалансированность в экономике неплатежей.

Литература:

1. Гайдар Е. Аномалий экономического роста. М., 1997.
2. Экономика. Учебник. Под ред. А.И. Архипова, А.Н. Нестеренко, А.К. Большакова. - М.: "ПРОСПЕКТ", 1998. - 792 с.
3. Экономическая теория: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. В.Д. Камаева. — 8-е изд., перераб. и доп. — М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002. — 640 с: ил.

УДК 331.56(470.12)

Е.А. Егорова, студентка 623 группы

*И.Н. Шилова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА имени Н.В. Верещагина*

Трансакционные издержки. Теорема Коуза

Актуальность данной темы заключается в том, что в обществе каждый день происходит заключение сделок, которые требуют определенных затрат. Каждая сделка предполагает проведение

переговоров, устранение разногласий, осуществление надзора, установление взаимосвязей.

Целью нашей работы было рассмотрение теоремы Коуза и транзакционных издержек

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- Дать определения транзакции, издержкам и транзакционным издержкам;
- Рассмотреть теорему Коуза;
- Исследовать ее значение.

Объектом исследования данной работы являются транзакционные издержки, для изучения которого будут использованы различные методы, а именно: эмпирический, метод анализа и дедукции.

Для того чтобы понять сущность транзакционных издержек дадим определение транзакции и издержкам.

До конца XX века в русском языке обычно фигурировало написание «транзакция», в последнее время превалирует написание «транзакция»

Транзакция (от лат. *transactio* - соглашение, договор) - минимальная логически осмысленная операция, которая имеет смысл и может быть совершена только полностью.[3]

Издержки -выраженные в ценностных, денежных измерителях текущие затраты на производство продукции (себестоимость, включая амортизацию основного капитала) - издержки производства или на ее обращение (включая торговые, транспортные, затраченное время и др.) - издержки обращения.[2]

На основании данных определений дадим трактовку транзакционным издержкам.

Транзакционные издержки — издержки, возникающие в процессе поиска партнера, ведения переговоров о коммерческой сделке, ее заключения и контроля за ходом ее выполнения. Они включают как собственно издержки (на обработку информации или на транспорт), так и - что важно - затрачиваемое время.

Смысл и значение транзакционных издержек впервые раскрыл Р. Коуз, удостоенный за это Нобелевской премии по экономике.[2] Эти издержки Коуз так же назвал издержками использования рыночного механизма.

Любой акт обмена представляет собой обмен прав собственности на основе контракта, в котором фиксируется, какие именно правомочия и на каких условиях переходят от одного участника контракта к другому. Для эффективной работы рынка необходимо, чтобы эти правомочия и условия их перехода были точно определены или специфицированы. Спецификация правомочий и условий их перехода от одного участника контракта к другому является основой принятия наиболее эффективных решений. Так, если хозяйственная деятельность какого-либо участника рынка наносит

ущерб другим участникам (другим членам общества), то между сторонами может быть заключен контракт, предусматривающий возмещение ущерба, и в рамках этого контракта будет осуществляться деятельность в оптимальных масштабах.

Теорема Коуза гласит: «Если права собственности четко определены, и трансакционные издержки равны нулю, то аллокация ресурсов (структура производства) будет оставаться неизменной и эффективной независимо от изменений в распределении прав собственности».

Эта интерпретация теоремы Коуза ставит перед теорией и эмпирическими исследованиями задачу предсказать, при каких условиях путем частных соглашений можно добиться эффективной аллокации прав. Чтобы эта дискуссия была плодотворной, такие широкие понятия, как «трансакционные издержки» и «свободный обмен», должны уступить место основательным и подробным описаниям условий, при которых частный торг правами достигает успеха. К счастью, в последние годы складывается более удовлетворительная теория торга, которая больше отвечает реальности. Согласно ей в определенном проценте случаев торг заканчивается неудачно по стратегическим причинам, но в ситуации равновесия никого не удивляет частота неудач[1].

Проявление теоремы Коуза рассмотрели на примере: рядом с полями фермеров проходит железная дорога, по которой передвигаются паровозы, из труб которых летят искры. Периодически на полях возникают пожары, уничтожающие посевы. Каждая из сторон может решить возникшую проблему, но это связано с определенными издержками: фермеры могут сократить посевы возле железной дороги, а железнодорожная компания применять искрогасители или уменьшить количество поездов. Фермеры имеют право на возмещение ущерба, подав иски против компании, а компания имеет право на эксплуатацию железной дороги. Согласно теореме Коуза, неважно как закон трактует в этом случае верховенство одного из прав, рынок сам определит движение прав в сторону большей эффективности. Если издержки железнодорожной компании в случае запрета движения поездов будут меньше издержек фермеров, то компания может заплатить фермерам некую сумму денег в обмен на обязательство не налагать запрет на движение поездов. И наоборот, компания может продать право фермерам и уменьшить или запретить движение на этом участке. Независимо от первоначального распределения прав фермеры и железная дорога будут осуществлять торг, пока возможен выигрыш. Выгода от обмена исчерпывается, когда права распределены эффективно.

Предположим, что у Дика есть собака по кличке Спот. Спот лает и мешает Джейн, соседке Дика. Дик извлекает выгоду из того, что держит собаку, которая создает отрицательный внешний эффект для Джейн. Рассматриваем альтернативы, сравнит выгоду, которую Дик получает от того, что держит собаку, с издержками, которые несет Джейн из-за ее лая.

Если выгода превышает издержки, эффективность состоит в том, что Дик держит собаку, а Джейн продолжает слушать ее лай. Если же издержки превышают выгоду, Дику придется избавиться от «верного друга человека».

По теореме Коуза, частный рынок самостоятельно достигнет эффективного результата. Джейн просто предлагает заплатить Дику определенную сумму за то, чтобы он расстался с собакой. Дик примет предложение, если сумма денег, которую предлагает Джейн, больше, чем выгода, которую он получает от содержания Спота. Придя к согласию о цене, Дик и Джейн всегда могут достичь эффективного результата. Например, предположим, что Дик получает выгоду от содержания собаки в размере \$ 500, а Джейн несет издержки в размере \$ 800. В этом случае Джейн может предложить Дику \$ 600, чтобы он избавился от собаки, а Джек его примет. Обе стороны выигрывают, желаемый эффективный результат достигнут. Возможно, конечно, что Джейн не хочет или не в состоянии предложить цену, которая устроит Дика. Например, предположим, что Дик получает выгоду от содержания собаки в размере \$ 1000, а Джейн несет издержки от лая в размере \$ 800. В этом случае Дик откажется от любого предложения меньше \$ 1000, в то время как Джейн не предложит сумму, большую \$ 800. Следовательно, Дик будет продолжать держать собаку. Тем не менее при данных издержках и выгодах этот результат вполне эффективен.

До сих пор мы предполагали, что у Дика есть законное право держать лающую собаку. Другими словами, Дик имеет полное право держать Спота до тех пор, пока Джейн не заплатит ему достаточную сумму, которая заставит его добровольно отказаться от собаки. С другой стороны, как скажется на результате наличие у Джейн законного права на покой и тишину?

По теореме Коуза, первоначальное распределение прав не зависит от способности рынка достигать эффективного результата. Например, предположим, что Джейн имеет возможность на законных основаниях заставить Дика избавиться от собаки. Хотя это право является преимуществом Джейн, оно, вероятно, не изменит результат. В этом случае Дик может предложить Джейн заплатить, чтобы она разрешила ему держать собаку. Если выгода от содержания собаки для Дика превышает издержки лая для Джейн, то Дик и Джейн заключат сделку и Дик будет спокойно содержать собаку.

Хотя Дик и Джейн могут достичь эффективного результата независимо от первоначального распределения прав, его нельзя не учитывать. Именно исходные права детерминируют распределение экономического благосостояния. Наличие у Дика права на лающую собаку или у Джейн - права на тишину и покой определяет сторону, которая должна заплатить наличными при заключении окончательного соглашения.

Но в любом случае обе стороны имеют возможность договориться и решить проблему, связанную с внешним эффектом. Дик будет держать собаку, только если его выгода превышает издержки.[5].

Из «теоремы Коуза» следует несколько важных теоретических и практических выводов:

Во-первых, она раскрывает экономический смысл прав собственности. Согласно Коузу, экстерналии (т. е. расхождения между частными и социальными издержками и выгодами) появляются лишь тогда, когда права собственности определены нечетко, размыты. Когда права определены четко, тогда все экстерналии «интернализуются» (внешние издержки становятся внутренними). Не случайно главным полем конфликтов в связи с внешними эффектами оказываются ресурсы, которые из категории неограниченных перемещаются в категорию редких (вода, воздух) и на которые до этого прав собственности в принципе не существовало.

Во-вторых, теорема Коуза отводит обвинения рынка в «провалах». Путь к преодолению экстерналий лежит через создание новых прав собственности в тех областях, где они были нечетко определены. Поэтому внешние эффекты и их отрицательные последствия порождаются дефектным законодательством; если кто здесь и «проваливается», так это государство. Теорема Коуза по существу снимает стандартные обвинения в разрушении окружающей среды, выдвигаемые против рынка и частной собственности. Из нее следует обратное заключение: к деградации внешней среды ведет не избыточное, а недостаточное развитие частной собственности.

В-третьих, теорема Коуза выявляет ключевое значение транзакционных издержек. Когда они положительны, распределение прав собственности перестает быть нейтральным фактором и начинает влиять на эффективность и структуру производства.

В-четвертых, теорема Коуза показывает, что ссылки на внешние эффекты - недостаточное основание для государственного вмешательства. В случае низких транзакционных издержек оно излишне, в случае высоких - далеко не всегда экономически оправданно. Ведь действия государства сами сопряжены с положительными транзакционными издержками, так что лечение вполне может быть хуже самой болезни.[4]

Таким образом, влияние Коуза на развитие экономической мысли было глубоким и разноплановым. Его статья «Проблема социальных издержек» стала одной из наиболее цитируемых в современной экономической литературе. Из его работы выросли целые новые разделы экономической науки (экономика права, например). В более широком смысле его идеи заложили теоретический фундамент для развития неинституционального направления[1].

Литература:

1. Институциональная экономика Учебное пособие А.Н. Олейник. - М. ИНФРА-М, 2002. - 416 с.
2. Яндекс словари.- Режим доступа: [http://www/slovari.yandex.ru](http://www.slovari.yandex.ru), свободный.
3. Википедия.-Режим доступа: <http://www.ru.wikipedia.org>, свободный.
4. Журнал «Отечественные записки».- Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/2004/6/teorema-kouza>, свободный.
5. Интернет источник. Режим доступа: <http://www.knowledge.allbest.ru/economy>, свободный

УДК 33

*А.А. Макина, студентка 623 группы**И.Н. Шилова, к.э.н, доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина***Возникновение прав собственности**

Актуальность выбранной темы обусловлена чрезвычайно важным значением прав собственности в современном мире. Большинство благ может быть использовано разными способами. Полезность вещи для человека определяется не только ее физическими свойствами, но и теми правами, которые с ней связаны, т.е. правами прав собственности. Чем шире набор прав, тем выше полезность и, при прочих равных условиях, цена ресурса [1].

Целью данной работы является исследование возникновения прав собственности с применением эмпирического, сравнительного и монографического метода. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- дать определение прав собственности;
- изучить существующие теории возникновения прав собственности;
- раскрыть их сущность, выявить особенности;
- определить преимущества и недостатки каждой теории;
- сделать выводы.

Права собственности - санкционированные обществом (законами государства, традициями, обычаями и т.д.) поведенческие отношения между людьми в связи с существованием ограниченных ресурсов и касающиеся их использования. Эти отношения определяют нормы поведения по поводу благ, которые любое лицо должно соблюдать или же нести издержки из—за их несоблюдения [3]. Представить себе мир без прав собственности невоз-

можно, если это не мир Робинзона Крузо. Поэтому исходили из предпосылки, что какие-то права собственности существуют, и проследим изменение прав собственности в ответ на изменение экономических условий.

В литературе выделяются три теории возникновения прав собственности: наивная теория прав собственности; теория групп давления; теория рентоориентированного поведения.

Наивная теория прав собственности

Эта теория иногда называется «оптимистической» из-за ее уверенности в том, что рыночные силы устраняют неэффективные права собственности. Рыночные силы постепенно разрушают те институты собственности, которые слабо отвечают новым экономическим возможностям.

Эта теория называется также наивной, поскольку объясняет возникновение или, наоборот, отсутствие прав собственности издержками и выгодами исключения других лиц из доступа к ресурсу. При этом, объясняя возникновение прав собственности, она не учитывает другие общественные и политические институты. Государство в этой теории играет пассивную роль, реагируя лишь на потребность экономических агентов в установлении прав собственности.

Классическое изложение этой теории представлено в статье Гарольда Демсеца «К теории прав собственности», написанная в 1967 году, в которой автор заявил, что если ценность ресурсов, находящихся в общей собственности, возрастает, то люди, скорее всего, установят исключительные права собственности на ресурс. Демсец использовал свою теорию для объяснения возникновения исключительной собственности на охотничьи угодья среди индейцев Лабрадора в начале XVIII века.

До появления европейцев на Лабрадоре ценность бобровых шкурок была низкой, и бобры считались общей собственностью. Ресурс не был ограниченным, поскольку полностью удовлетворял потребности индейцев в мясе и мехе бобров. С появлением европейцев и развитием торговли мехами резко возросла интенсивность охоты. Бобров стали убивать не только для удовлетворения собственных потребностей в мехе и мясе, но и с целью продажи. Необходимо было ограничить охоту и осуществлять инвестиции в воспроизводство ресурса. Стали возникать исключительные права собственности на охотничьи угодья, принадлежавшие группам охотников. На деревьях выжигались специальные знаки, обозначающие границы владений. Делались попытки стабилизировать численность бобров: охотники оставляли запасную полосу, на которой нельзя было охотиться. Экономическим стимулом к введению исключительных прав собственности была возросшая ценность бобрового меха. Таким образом, Демсец показал, что изменения относительных цен приводят к институциональным сдвигам.

«Наивную теорию» Демсеца можно оценить следующим образом.

1. Демсец предложил новаторскую идею — изменение относительных цен является источником институциональных изменений, приводящих к возникновению исключительных прав собственности.

2. Недостаток его теории заключается в том, что она предполагает, что права собственности возникают потому, что это выгодно для всего общества.

3. Другая слабость этой теории состоит в том, что она не учитывает разнообразие режимов собственности, так, она не учитывает государственную собственность, а открытый доступ приравнивает к коллективной собственности.

Теория групп давления

Теория групп давления пытается объяснить структуру прав собственности в различных отраслях как результат взаимодействия между группами, преследующими свои интересы на политической арене. Какие же группы имеют больше возможностей объединиться, чтобы отстаивать свои интересы?

В течение длительного времени экономисты придерживались мнения, что группы людей, имеющие общий интерес, будут предпринимать действия для отстаивания своих интересов и достижения их реализации, так же, как это делает человек, преследуя свой личный интерес.

Олсон провел анализ коллективных действий с позиций методологического индивидуализма, и этот анализ дал противоположный результат. Оказалось, что наличие общего интереса не создает стимула для индивидуального действия в интересах группы.

Но некоторым группам все же удается организовать, особенно если у группы есть незаурядный лидер или членам группы удалось преодолеть проблему коллективных действий. Коллективное действие станет возможным при наличии двух условий, каждое из которых является достаточным для этого:

1. малое число индивидов или фирм в группе с общим интересом;
2. возможность применить избирательные стимулы.

Наиболее очевидной возможностью объединиться будет в группах с небольшим числом участников, основные характеристики которых однородны. С ростом числа участников в группах снижается стимул к коллективным действиям. Стимулы к коллективным действиям полностью исчезают в больших группах. Большие группы, которым удалось организовать для реализации коллективных действий, сумели найти специальные механизмы, или избирательные стимулы, по своей сути аналогичные налогам, собираемым государством. Посредством этих избирательных стимулов люди бывают либо наказаны из-за отказа нести свою долю издержек коллективного действия, либо вознаграждены за усилия. То есть, речь идет о разработке специальных механизмов стимулирования рациональных, преследующих свои эгоистические интересы индивидов.

Примером отрицательных стимулов может служить принудительное членство в профсоюзах и принудительное участие в забастовках, оно означает, что действует требование принимать на работу только членов профсоюза. Профсоюзы используют и положительные стимулы: они предлагают неколлективную выгоду тем, кто в них вступает. В США братства железнодорожников привлекали рабочих, предоставляя им страховку. В ранний период существования союзов железнодорожников несчастные случаи были довольно распространенным явлением, поэтому многие страховые компании не продавали страховые полисы рабочим-железнодорожникам. Таким образом, союзы железнодорожников обеспечивали сильные стимулы для вступления в них рабочих.

Таким образом, больше возможностей влияния на политиков имеют небольшие компактные группы со специфическими интересами, участники которых сильно выигрывают от изменения прав собственности, группа имеет легкий доступ к необходимой информации и может контролировать информацию и манипулировать ею.

Теория рентоориентированного поведения

Теория рентоориентированного поведения близка к теории групп давления. Термин «рентоориентированное поведение» был введен А. Крюгер в 1974 году. Однако сама теория была разработана Г. Таллоком в 1967 году. Рентоориентированное поведение — это попытка индивидов увеличить свое собственное богатство, внося при этом отрицательный вклад в чистое богатство общества. Это означает, что часть ресурсов будет расходоваться не на производительные цели, а на изменение структуры прав собственности в пользу данной группы с целью получения ею излишка в виде ренты. Общество несет при этом убытки двух видов: потери вследствие введения неэффективных прав собственности и сокращение объема производства в обществе из-за непроизводительного расходования средств (ресурсы эти будут направлены на получение ренты). Часто эти издержки бывают выше, чем размер возможной ренты.

Примером рентоориентированного поведения служат монополии, а, установление максимальной или минимальной цены, введение налога или ограничение импорта. В каждом из этих случаев происходит перераспределение прав собственности, которое приносит выгоду определенной группе людей [2].

Таким образом, в ходе данной работы были рассмотрены 3 абсолютно разные теории, которые объясняют механизмы происхождения прав собственности, выявлены их особенности, преимущества и недостатки.

Литература:

1. Институциональная экономика: Новая институциональная экономическая теория: Учебник / Коллектив авторов/ Под. ред. А.А. Аузана. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 447с.

2. Одинцова М.И. Институциональная экономическая теория: Учебник. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2003. – 336 с.

3. Мамаева Л.Н. Институциональная экономика: Курс лекций / - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2013. – 320с.

УДК 330.8

*В. В. Михайловская, С.С. Патракова студентки 621 группы
И.Н. Шилова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Бартер и его роль

Актуальность данной темы заключается в том, что бартер – это старейшая форма обмена, которая до сих пор пользуется успехом среди физических и юридических лиц. Бартером пользовался каждый человек и не раз, и, поэтому он занял твердую позицию в нашей жизни.

Целью работы является изучение бартера и его роли в нашей жизни.

Для достижения цели необходимо выделить следующие задачи:

- раскрыть понятие бартера;
- выделить виды бартерного обмена;
- выявить недостатки и преимущества бартерного обмена;
- изучить роль бартера в экономике.

Бартер — вид гражданско-правового договора, при котором одна сторона берёт на себя обязательство передать другой стороне некоторое имущество против обязательства другой стороны передать первой имущество равной стоимости.

Под бартером или бартерным обменом понимают такой договор мены, при котором происходит переход права собственности на объекты договора между его сторонами без использования средств платежа (например, денег). Обычно люди бартерный обмен понимают как обмен правом собственности на вещи; товарами, услугами с участием юридических лиц.

Выделяют закрытый (классический) обмен и открытый (независимый) обмен.

1. В закрытом обмене (закрытом бартере) участвуют две стороны; товар/услуга X меняется исключительно на товар/услугу Y; участники связаны по времени (одномоментная разовая сделка) и ограничены фиксированным объёмом сделки (эквивалентный стоимостной объём). Например: меняем завтра 150 кг бумаги на 15 окон. Большинство операций бартера соответствуют этим критериям.

2. В открытом обмене (открытом бартере) может участвовать более 2 сторон; товар/услуга X может обмениваться на товары/услуги Y, Z, и так далее в разных пропорциях; обмен может осуществляться в разное время.

Фактически, одна из сторон, передав свой товар, получает право выбора, что и когда она хочет получить взамен. Эти намерения не обязательно заранее декларировать, они могут меняться со временем.

Также все бартерные сделки можно разделить на две группы - вынужденные и добровольные:

1. Вынужденный бартер - обмен, когда предприятие приобретает такой продукт, который оно либо не закупало бы совсем, либо закупало его или его заменитель у других поставщиков, если бы обладало достаточными финансовыми ресурсами;

2. Добровольный бартер - обмен, когда предприятие приобретает продукт, который оно все равно бы купило (при существовании необходимых финансовых ресурсов) у тех же самых поставщиков.

Недостатки бартера:

1. Важнейший из них состоит в том, что в условиях бартерной экономики трудно необходимо найти партнера, который одновременно имеет то, что Вам необходимо, и хочет то, что у Вас есть

2. Еще две главные проблемы, возникающие при бартере — проблема неделимости и проблема несовпадения потребностей. Но даже в тех случаях, когда товары являются физически делимыми невероятно, чтобы обе обменивающиеся стороны встретились между собой за приемлемое время.

3. Несопоставимость при натуральном обмене многих товаров и услуг

4. Отсутствие единицы счета и платежа

5. Более высокие транзакционные издержки таких форм расчетов по сравнению с денежным оборотом приводит к завышению цен в экономике

6. Могут возникать проблемы с налогообложением. Например, при выплате зарплаты в натуральной форме остро встает вопрос о зарплатных налогах и взносах (НДФЛ, страховые взносы на обязательное пенсионное и медицинское страхование в России).

7. Отсутствие портативности (товар не возможно всегда и везде носить с собой)

Преимущества бартера: Бартер помогает

1. экономить наличные деньги. Поскольку он не требует финансовых операций, такие сделки становятся взаимовыгодными, так как ни одной стороне не приходится отдавать наличные деньги;

2. продвинуть непроданный товар. На складах очень часто остается товар, который не успели продать, с помощью бартера его можно реал-

лизовать, что также поможет компенсировать деньги, потраченные на рекламу и скидки;

3. снизить цены. В бартерных сделках товары и услуги всегда оказываются дешевле, чем стоили бы при наличных расчетах, так как отсутствуют накладные расходы. Это может дать вам преимущество над конкурентами;

На практике существует 4 типа основных бартерных сделок:

Встречная закупка: компания «А» поручает компании «Б» продать продукцию, произведенную «А», и купить на вырученные средства сырье для своего производства.

Встречная поставка: компания «А» поставляет компании «Б» оборудование, в то время как последняя поставляет «А» материалы для его изготовления.

Бартерная аренда: компания «А» предоставляет компании «Б» оборудование во временное пользование. В счет арендной платы «Б» расплачивается продукцией, произведенной на арендованном оборудовании.

Толлинг: компания «А» поставляет компании «Б» сырье для переработки, и получает оплату в виде готовой продукции.

Бартер это не только древнейшая форма обмена, он широко распространен и в наше время. Однако в некоторых районах мира у людей нет выбора, так что они просто вынуждены пользоваться этой формой товарного обмена. К примеру, такой является ситуация в Аргентине, где в условиях высокой безработицы и трудностей со съемом денег с банковских счетов в стране появились сотни "бартерных клубов". Обмен в таких клубах осуществляется на специальные кредиты, которые можно приобрести в обмен на товар или услугу.

Однако есть и те, кто вполне сознательно выбирает бартер - и они объединены в Международную ассоциацию взаимной торговли. По данным этой глобальной организации, которая поощряет бартер в масштабах целых компаний, в 2001 году более 20% товаров и услуг в мировом масштабе было продано и куплено без помощи денег. В настоящее же время объем бартерных сделок в пересчете на денежный эквивалент составил почти 8 миллиардов долларов.

Самый общераспространенный пример бартера в России и не только – спонсорство. Это самая удобная форма бартера, которую применяет каждая третья компания в государстве. Каждый из нас хоть раз встречался с таким методом обмена. Как это случается: компания, которая нуждается в дополнительной рекламе, отдаёт свое предпочтение не прямому способу траты денег, а становится спонсором какого-либо мероприятия, раздавая в качестве призов товары собственного производства.

В наше время большую популярность приобрела компания «Открытая Расчётная Система», которая заняла определённую нишу в этом сегменте экономики, и открыла новые горизонты для укрепления современного Российского бизнеса. Данная компания предлагает механизм, с помощью которого предприятия промышленности, переживающие трудности, могут разрешить часть проблем: организовать сбыт товара или услуги; найти выгодных поставщиков или партнеров; обменять необходимую продукцию, сырье или оборудование.

Подводя итог всему вышеизложенному, можно сказать, что бартер – это одна из древних форм обмена, которая, тем не менее, используется и в наши дни. О достоинствах бартера можно говорить долго, но это значит одно – бартер является одним из самых простых и доступных способов реализации товаров или услуг и приобретения товаров другого юридического или физического лица.

Литература:

1. Алексеев А., Герцог И. Национальные особенности формирования оборотного капитала. — ЭКО, 1997, №10.
2. Аукуционек С. П., Батяева А. Е. Российские предприятия в рыночной экономике: ожидание и действительность. М.: Наука, 2000
3. Аукуционек С. Бартер в российской промышленности, - Вопросы экономики, 1998, № 12
4. Вардабаш Криста. Бартер в современном мире. — Современная экономика. 2000, №3.
5. Варшавский А. Неплатежи и бартер как проявление системных трансформаций - Вопросы экономики, 2000, № 6

УДК 330.101.541

Е.М. Неклюдова, студентка 621 группы

*И.Н. Шилова, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Институциональные ловушки в Российской Федерации

Актуальность темы определяется наличием множества институциональных ловушек, которые можно обнаружить во многих сферах общественной и государственной деятельности. «Институциональные ловушки» сопутствовали и сопутствуют переходной экономике России в самых различных сферах: отношениях собственности, в кредитно-денежной системе, структуре реального сектора экономики и т.д.

Целью работы является анализ проблемы институциональных ловушек и выявление возможных способов выхода из уже создавшихся ловушек.

Исходя из цели, можно выделить следующие задачи:

- раскрыть понятие институциональной ловушки;
- показать практические примеры институциональных ловушек и пути выхода из них;

Объектом изучения являются институциональные ловушки в российской экономике.

Рассмотрим понятие институциональной ловушки.

С макроэкономической точки зрения *институциональная ловушка* - это приобретение устойчивого характера негативных последствий тех или иных, изначально продиктованных благими намерениями макроэкономических решений. Неожиданные результаты сознательных действий возникают из-за игнорирования при принятии политических решений институциональных ограничений, как формальных, так и неформальных.

Рассмотрим институциональные ловушки в экономике РФ.

В наши дни изучение теории институциональных ловушек открывает новые горизонты для анализа различных сфер деятельности государства и общества в целом, в частности, макроэкономической политики. Если с помощью данного параметра оценивать ситуацию, в которой находится российская экономика, напрашивается определенный вывод: РФ подверглась пагубному влиянию институциональных ловушек посредством собственной проводимой экономической политики на макроуровне.

В первой половине 1990-х годов наша страна взяла курс на развитие в стиле неоклассической школы, чьи рекомендации влияли на принятие новых реформ, но именно зависимость от этого курса и ввела РФ в одну из глобальных ловушек. Даже тот факт, что во второй половине 1990-х годов общество осознало, что проводимая политика малоэффективна, не смог послужить стимулом для принятия нового курса.

Современная макроэкономическая политика РФ все больше и больше поддавалась влиянию неоклассических моделей на протяжении долгого времени, но которые, в свою очередь, не смогли в должной мере заработать по определенным причинам, связанным со спецификой институциональной структуры самой РФ.

Одной из причин является то, что правительство при вхождении в мейнстрим (преобладающее направление в какой-либо области) не учитывает вовсе воздействие на политическую стабильность и экономическое развитие социальной политики, которая служит ориентиром при формировании «норм игры» в других сферах.

Вдобавок проводимая политика в должной мере не учитывает того, что отдельные меры макроэкономической политики, проводимые в развитых странах, не могут быть просто скопированы и применимы в нашей стране. Чтобы воспользоваться теми знаниями и опытом, кото-

рыми располагают развитые экономики, мы с должны детально разработать каждый пункт, каждую строку с целью эффективного анализа и последующей адаптации новых механизмов.

Примеры институциональных ловушек.

Ловушка №1- Инвестиционная ловушка.

При анализе институциональных ловушек необходимо рассмотреть в качестве одного из примеров инвестиционную ловушку, которая непосредственным образом связана с выбором агента поведения в режиме перехода с долгосрочного периода к краткосрочному.

Данная ситуация наглядно проявилась в 1990-х годах в РФ, когда разница между выгодами краткосрочного и долгосрочного периода колоссально отличались друг от друга. В то время агентам было выгоднее получать прибыль от операций по купле-продаже иностранных товаров нежели вкладывать свои средства непосредственно в отечественное производство, которые и так достаточно редко окупались вследствие частого передела собственности.

В итоге самым эффективным поведением для агентов считалось заключение краткосрочное заключение сделок с заманчивой высокой доходностью.

Вследствие всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что РФ в этот сложный период попала в глобальную институциональную «ловушку». Увы, стоит учитывать и своеобразность выбранной в то время политики государства. Правительство одобряло решения о продаже стратегически важных объектов страны, подписывало не всегда выгодные для себя соглашения, пыталось любыми способами получить заграничный кредит и все это ради того, чтобы покрыть дефицит государственного бюджета.

Формирование данной институциональной «ловушки» происходит всегда относительно быстро. Это связано с тем, что при выборе долгосрочного поведения трансакционные издержки, асимметрия информации и т.п. дают о себе знать, поэтому агентам не удается тотчас распознать выгоду в проекте, рассчитанному на продолжительный срок. В это время краткосрочные сделки требуют меньше затрат и, грубо говоря, гарантируют определенное получение прибыли, что однозначно и привлекает новых инвесторов.

Выход из такой «ловушки» достаточно тяжел и занимает много времени. Осмелимся предположить, что эффективнее будет использование эволюционного механизма, так как только при эффективной политике самого государства, нацеленной на долгосрочный период и инвестирующей средства в предприятия данного сектора, агенты смогут почувствовать себя уверенней и поверить в надежность проектов.

Ловушка №2- Неплатежи.

Рассмотрим второй пример институциональной ловушки, который представляет неплатежи. Угроза неплатежей всегда находится в поле зрения государства, так как практически любой конфликт между предприятием и его поставщиком в сфере решения таких вопросов может быть причиной так называемой “лавины неплатежей” по всей стране.

В развитых экономиках существуют определенные эффективные механизмы, нацеленные на решения данных вопросов. Таковыми могут являться кредитование и принуждение к платежу (к примеру, процедура банкротства).

Наглядным примером такой институциональной ловушки может служить ситуация массовых неплатежей в РФ в 1990-х годах. В результате пагубного влияния инфляционного шока в стране многие предприятия остались без средств к существованию. Механизм кредитования работал крайне неэффективно, можно сказать, хаотично, другой механизм - объявление о банкротстве - отсутствовал вообще. Вследствие этого немало предпринимателей решили с целью получения хоть какой-то прибыли оплачивать лишь определенную долю с получаемых ресурсов. Данное решение вместе с крупномасштабным уклонением от налогов вызвало “лавину неплатежей”.

Ловушка №3- Уклонение от налогов.

Решение платить или не платить налоги встает перед каждым агентом, и на него влияет ряд факторов, среди которых различают фундаментальные и организационные.

Фундаментальные факторы тесно связаны с тем, что для любого гражданина важен тот факт, как распоряжается государство полученными от сбора налогов средствами и получает ли он пользу от того, что исправно платит эти налоги. Кризис недоверия к государству и к выбранной им политике и является первопричиной формирования еще одной институциональной ловушки.

К примеру, в период 1992-1998г. РФ находилась в данной “ловушке”, так как население не было довольным тем эффектом, который вызвали повышение налоговых сборов и понижение социального обеспечения.

Не исключено, что на выбор агента в большей степени влияет организационный фактор - фактически, механизм принуждения. В связи с ним неплательщик четко осознает риск деяния и ущерб от раскрытия своего проступка, что значительно понижает вероятность неуплаты им налогов.

Возможно, данный факт применим и на ситуации 1990-х годов, ведь структуры по отслеживанию и сбору налогов (налоговая полиция) появились лишь в 1997г.

Что примечательно, массовость неуплаты налогов побуждает агентов следовать такой же тактике. Если государство должным образом не занимается решением данной проблемы, то риск повышения количества

налогонеплательщиков довольно высок. Тем более, что агент не может выйти из темного сектора, так как сразу будет привлечен к судебной ответственности.

Выход из данной институциональной ловушки также требует много потраченного времени и средств, будь то эволюционный подход или же революционный, при котором потребуются срочные кардинальные меры (к примеру, ужесточение наказания по неуплате налогов или же понижение налоговых ставок).

Ловушка №4- Коррупция.

Проблема коррупции всегда была и будет являться актуальной для общества, схема ее формирования схожа с представленными ранее институциональными ловушками.

Высокая дифференциация доходов населения, неадекватность законодательства и неэффективная выбранная политика государства являются фундаментальными факторами, способствующими коррупции, так что коррумпированная система может оказаться экономически более эффективной, чем бескоррупционная.

Массовость взяточничества придает системе коррупции устойчивость, так как виновного труднее обнаружить в условиях низкого государственного и общественного контроля. Коррупция сама по себе может совершенствоваться, образуя определенную иерархическую структуру, тесно связанную с теневой экономикой.

В рамках институциональной экономики рассматриваются *два выхода из ловушки*:

1. Эволюционный выход, на который влияет сама экономическая система посредством, к примеру, системного кризиса или же ускоренного экономического роста.

2. Революционный выход, на который влияют фактически какие-либо новые реформы, приводимые в исполнение или самим государством, или же частными группами от его лица. Этот способ тесно связан с высокими трансформационными издержками, если затрагивает интересы большого числа населения и соответственно многих социальных слоев, отношения, к изменениям которых часто противоречивы. В данных условиях успешность проекта зависит в большинстве своем от располагаемых средств.

Заключение.

Институциональная ловушка – это устойчивый институт, характеризующийся высокой неэффективностью.

Главная причина устойчивости институциональных ловушек заключается в недостатке координации. Важный источник риска - это возможность возникновения институциональных ловушек, связанный с различными реформами, будь они экономические или социальные.

До тех пор, пока в Российской Федерации существуют условия, позволяющие функционировать неэффективным производствам, рассчитывать на долгосрочный экономический подъем не приходится.

Литература:

1. Бренедлева Е.А. QWERTY-эффекты, институциональные ловушки с точки зрения теории трансакционных издержек [<http://ecsocman.hse.ru/text/16213316/>]

2. Жук А. «Налоговая ловушка» развития предпринимательства в России // Вопросы экономики №2 2012г.

3. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. – М.: Российская экономическая школа, 1999г.

УДК 339.52

М.В. Панова, студентка 634 группы

О.Б. Филатова, старший преподаватель кафедры экономики и организации ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Перспективы развития и расширения Таможенного союза: Российская Федерация, Республика Казахстан, Республика Беларусь

Стремление к торгово-экономическому единению в современном мире свойственно всем континентам. XX век ознаменовал появление новой формы межгосударственной экономической интеграции - таможенных союзов. Так и на пространстве бывшего Советского союза осознали первостепенную важность интеграционных процессов, способных в перспективе принести ощутимую и долгосрочную выгоду для их участников. В связи с чем данная тема очень актуальна в условиях выхода из мирового финансового кризиса, когда государства ищут возможности для партнерских отношений и пути дальнейшего развития.

Для России, Белоруссии и Казахстана и бесспорным геополитическим и экономическим приоритетом явилось формирование полноценного таможенного союза, необходимость действовать сообща, в рамках региональных сообществ с единой системой идейных и экономических ценностей.

Цель данной работы – перспективы развития и расширения Таможенного союза.

Задачами исследования являются:

- анализ перспективы развития Таможенного союза;
- выявление возможности расширения Таможенного союза.

Российская Федерация, Республики Беларусь и Казахстан в соответствии с Договором от 6 октября 2007 года путем длительных переговоров

сформировали Таможенный союз. Высшим органом Таможенного союза являются Межгосударственные Советы на уровне глав государств и глав правительств.

Таможенный союз предусматривает создание единой таможенной территории, в пределах которой не применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, за исключением специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер. В рамках Таможенного союза применяется единый таможенный тариф и другие единые меры регулирования торговли товарами с третьими странами.[2]

При экспорте товаров применяется нулевая ставка НДС и (или) освобождение от уплаты (возмещение уплаченной суммы) акцизов при условии документального подтверждения факта экспорта.

При импорте товаров на территорию Российской Федерации с территории Республики Беларусь или Республики Казахстан НДС и акцизы взимаются российскими налоговыми органами. Так же при оказании работ и услуг на территории РФ, налоговая база, ставки, порядок взимания и налоговые льготы (освобождение от налогообложения) определяются в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Единое таможенное пространство трех государств с населением 170 млн. чел. представляется делом перспективным, особенно для России, где сосредоточена значительная часть производителей товаров и услуг. За счет ликвидации пошлин российским производителям значительно легче конкурировать с производителями других стран (в первую очередь Китая и Европейского союза) на рынках Казахстана и Белоруссии. [1]

Устранение таможенных и торговых барьеров во взаимной торговле поспособствовало экономическому росту стран Таможенного союза. По данным Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), создание Таможенного союза между Россией, Казахстаном и Белоруссией способствовало существенному росту, как внутрисоюзной торговли, так и с третьими странами. Объем внешней торговли товарами стран — участниц Таможенного союза с третьими странами за 2012 г. составил 939,3 млрд. долларов США, в том числе экспорт — 600,1 млрд. долларов США, импорт — 339,2 млрд. долларов США.[5]

Позитивных ожиданий от функционирования и развития Таможенного союза не мало. С 1 сентября 2010 г. на территории ТС начал действовать режим зачисления и распределения пошлин. Согласно трехсторонним договоренностям, импортные пошлины зачисляются на единый счет, а затем распределяются пропорционально между бюджетами России, Казахстана и Белоруссии. В российский бюджет поступает ежегодно 87,97% от общего объема ввозных пошлин, в казахстанский - 7,33%, в белорусский - 4,7% (рис.1) [3]

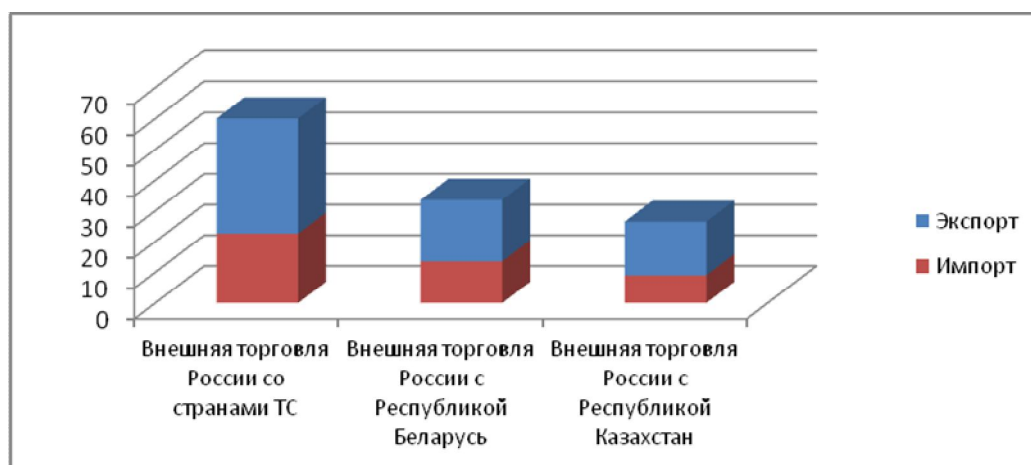


Рис. 1. Товарооборот России с государствами членами ТС в 2013 году, млрд. дол. [4]

Товарооборот России с государствами - членами Таможенного союза в 2013г. составил (в фактически действовавших ценах) 60,05 млрд. долларов США, в том числе экспорт – 37,49 млрд. долларов, импорт – 22,57 млрд. долларов.

Сальдо торгового баланса в 2013г. сложилось положительное 14,92 млрд. долларов США. По диаграмме видно, что во внешней торговле России со странами ТС наибольшую долю занимает Республика Беларусь (рис. 2). [4]

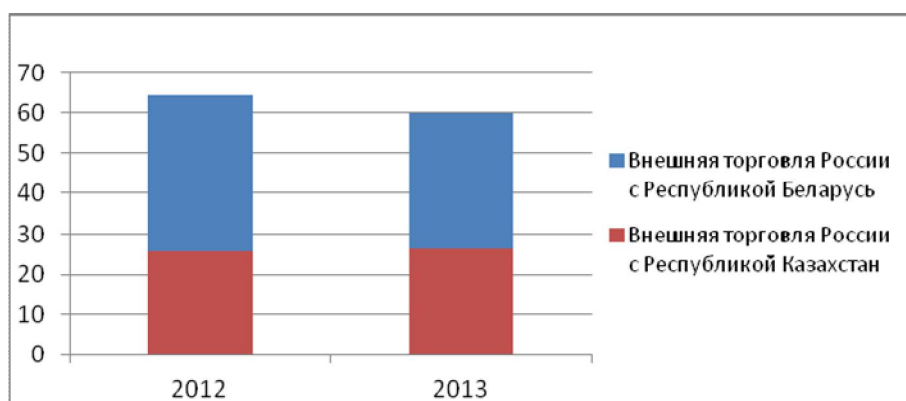


Рис. 2. Внешняя торговля России со странами ТС в 2012 – 2013 годах, млрд. дол.

По данным Федеральной Таможенной службы внешняя торговля России со странами ТС в 2013 году по сравнению с 2012 годом снизилась на 6,97%. [4]

В общем внешнем товарообороте России в 2013 году Белоруссия занимает 3,98%, а Казахстан 3,14% (рис. 3). [4]

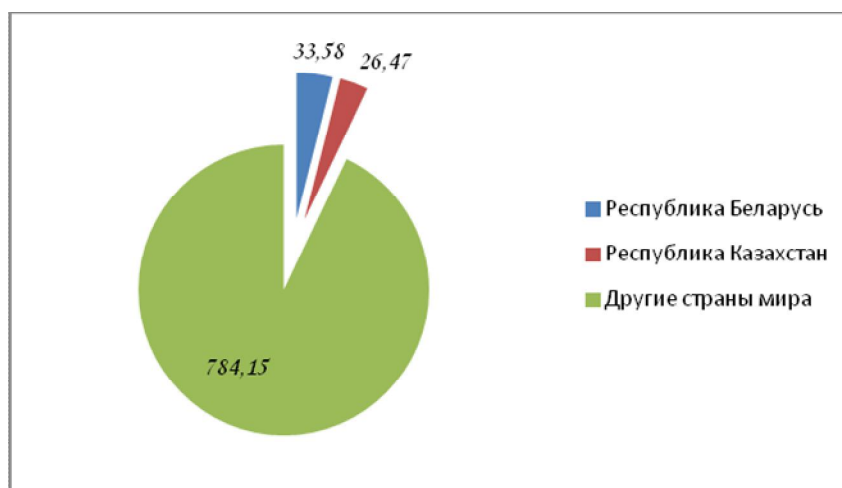


Рис. 3. Внешняя торговля России со странми мира, млрд. долл.

Со временем к Таможенному союзу могут присоединиться другие члены ЕврАзЭС, в частности, Таджикистан.

Присоединение Республики Таджикистан к Таможенному союзу будет иметь положительный экономический эффект для экономики Республики. В этом уверены специалисты Центра интеграционных исследований Евразийского банка развития. По данным Центра, интеграция предоставит Республике массу возможностей привлечь капитал в Таджикистан и трудоустроить население. Потенциальные эффекты складываются из трех основных компонентов: привлечение инвестиций, повышение производительности и фактор трудовой миграции. Такой уровень возможностей в состоянии обеспечить дополнительное повышение потенциального роста ВВП Таджикистана на 3,5 % в среднесрочной перспективе. За счет привлечения инвестиций дополнительный рост может составить до 1,6% в год, за счет повышения производительности - 0,5%, благодаря вовлечению новых трудовых ресурсов и снижению безработицы - 0,4%. Прирост ВВП позволит Таджикистану не только решать социально-экономические проблемы, но и выйти на траекторию устойчивого роста. Вместе с тем, интенсификация самого переговорного процесса о вступлении Таджикистана в Таможенный союз напрямую зависит от сроков присоединения к нему Киргизской Республики. Только после вступления Киргизии в ТС у Таджикистана появится общая граница с «таможенной четверкой».[6]

Премьер-министр Кыргызстана Джоомат Оторбаев, находящийся с двухдневным визитом в Москве, объявил, что разработка "дорожной карты" по вступлению Кыргызстана в Таможенный союз практически завершена. На двусторонней встрече обсуждалась межправительственная Программа экономического сотрудничества на 2014-2017 годы, в частности вопросы по проектам в энергетической сфере.[8]

26 июля 2010 года президент Сирии Башар Асад выразил интерес вступления Сирии в Таможенный союз. В конце 2013 г. Сирия завершила переговоры с Российской Федерацией о присоединении к Таможенному союзу. Новая Зеландия и Вьетнам планируют заключить соглашение о свободной торговле с Таможенным Союзом.

Экономисты Евразийского банка развития подсчитали все плюсы от присоединения Армении к Таможенному союзу. Армения получит выгоду в 140 миллионов долларов только на экономии по цене на газ, из-за снижения цены до 180 долларов и отмены пошлины на экспорт. Также Армения может рассчитывать на дополнительный рост ВВП до 4,5 % в год. [5]

Украина после переворота не направляла каких-либо уведомлений о своем статусе в Таможенном союзе. Правительство Украины 21 ноября 2013 года приостановило подготовку к подписанию соглашения об ассоциации с ЕС. Глава правительства РФ Дмитрий Медведев не исключал введения защитных экономических мер в случае вступления Украины в ассоциацию с Евросоюзом. У России с Украиной действует соглашение о зоне свободной торговли. В случае открытия своих границ для Евросоюза Украина могла превратиться в транзитную территорию для европейских товаров, предназначенных для российского рынка. В феврале 2014 года волнения на Украине возобновились с новой силой и в итоге привели к государственному перевороту. Экономическая ситуация в стране еще больше обострилась. Процесс осложняется тем, что в стране пока нет легитимного правительства, с которым можно вести переговоры. Украина подписала политическую часть соглашения с Евросоюзом в марте 2014 года. Несмотря на всю значимость этого события, это лишь этап на пути к заключению экономических договоренностей с ЕС. Эксперты отмечают, что завизированный документ является во многом церемониальным и с дальнейшим курсом руководство Украины определится уже после президентских выборов. По мнению заведующего отделом стратегических оценок Центра ситуационного анализа РАН Сергея Уткина, подписание соглашения — это «символический шаг, который не будет иметь значительных практических последствий сам по себе». Уткин отмечает, что Москва не признает легитимность киевского правительства, поэтому соглашение об ассоциации не имеет никаких юридических последствий и может рассматриваться лишь в политическом ключе. [7]

Внешняя торговля во все времена имела важное значение для экономической жизни всех стран, поскольку ее успехи оказывают серьезное воздействие на экономическое развитие. Создание Таможенного союза повлияло на улучшение экономических отношений между странами. Устранение многих экономических барьеров между государствами и свободное движение товаров повлекло за собой рост конкуренции, а, как известно, конкуренция способствует улучшению качества производимой

продукции и снижению цен. Таможенный союз имеет значительный потенциал по развитию и расширению стран-участниц ТС.

Литература:

1. Евразийская экономическая комиссия. Инвестиционный форум «Таможенный союз – интеграционный прорыв ЕврАзЭС» [Электронный ресурс] – М. – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru/news/Pages/news14.aspx>

2. Консультант Плюс. Евразийское экономическое сообщество. Решение о едином таможенно – тарифном регулировании таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации [Электронный ресурс] – М.: 1997-2013. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=123803>

3. Международная финансовая консультационная группа. International Financial Consulting Group. Таможенный союз: Россия, Казахстан, Белоруссия [Электронный ресурс] – М. – Режим доступа: <http://www.ifcg.ru/actualno/tamozhennyi-soyuz.html>

4. Федеральная таможенная служба РФ. Таможенная статистика внешней торговли [Электронный ресурс]– М. : 2004-2014. - Режим доступа: http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=13858&Itemid=2095

5. Функционирование Таможенного союза в современных условиях [Электронный ресурс] – 2008-2014. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/77/3793/>

6. Центральноазиатский информационный портал «News-Asia». После вступления Таджикистана в Таможенный союз страну ожидает экономический рост [Электронный ресурс]: 2010-2014. - Режим доступа: <http://www.news-asia.ru/view/4837>

7. Newsland. После переворота Украина не уведомляла РФ о своем статусе [Электронный ресурс] – М.: 2014. – Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/1328633/>

8. Newsland. Кыргызстан объявил, что готов вступить в Таможенный Союз [Электронный ресурс] – М.: 2014. – Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/1365734/>

УДК 330.11:338.22

*Е.А. Петрачкова, О.О. Фролова, студентки 653 группы
Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Анализ асимметричности информации на рынке труда и ее последствий

Неполнота информации является неизменным признаком экономической жизни. Большая или меньшая неполнота информации может влиять на условия и особенности функционирования рынков, создавая дополнительные трансакционные издержки для экономических агентов.

Наибольшее воздействие на рыночную активность оказывает особый тип неполной информации - асимметричная информация. Асимметричность информации создает возможность злоупотребления одного из участников сделки неинформированностью контрагента.

Цель работы состоит в рассмотрении асимметрии на рынке труда и особенностях данного явления на рынке труда, а также выявление проблем и направлений для ее устранения.

Исходя из цели, можно выделить следующие задачи:

- анализ проблем асимметрии на рынке труда;
- выявление основных направлений для устранения асимметрии информации на рынке труда.

Асимметричность информации, в отличие от собственно неполноты, приводит к резкому снижению общественного благосостояния. Состояние информационной инфраструктуры российского рынка труда крайне неудовлетворительное и возникающая информационная асимметрия негативно сказывается прежде всего на наемных работниках.

Наиболее уязвимое место в информационном обеспечении рынка труда - непредставление данных о заработной плате работников. Эти сведения никогда не относились к категории открытых, хотя в 70 - 80-х годах появились специальные статистические сборники, содержащие данные о средней заработной плате по отраслям народного хозяйства и динамике номинальных и реальных доходов населения. С началом рыночных реформ ситуация вновь изменилась в худшую сторону. Предприятия относят такие сведения к сфере коммерческой тайны.

Для западных стран, в частности США, публикация подробной статистики о зарплате является нормой. Эти данные служат ориентиром в переговорах между работниками и предпринимателями об условиях оплаты труда.

В последние годы многие субъекты Федерации обнародуют сведения о прожиточном минимуме, однако большинство населения не знакомо с

методикой его определения. Крайне редко в печати приводятся расчеты минимального потребительского бюджета, бюджетов среднего и высокого достатка, статистика по занятости и безработице. Данные о численности, уровне и продолжительности безработицы стали появляться в начале 90-х годов, но зачастую они были неполными и противоречивыми. Публикуемая сегодня статистика, основываясь только на сведениях о численности безработных, официально зарегистрированных в территориальных органах, искажает реальную картину. В результате рядовой труженик и профсоюзные активисты не всегда могут правильно определить своё экономическое поведение. [1]

Негативные явления, связанные с информационной асимметрией, на российском рынке труда усугубляются недостаточной развитостью его инфраструктуры, относительно невысокой мобильностью рабочей силы. Диспропорции в структуре спроса и предложения, возникающие на рынке труда в том числе и вследствие асимметрии информации, серьезно осложняют эффективное использование трудовых ресурсов страны. В результате возникает двойная проблема. С одной стороны, происходит увеличение безработицы, снижается уровень жизни населения, что делает крайне необходимым проведение мер, направленных на улучшение информированности о наличии и качестве имеющихся вакансий. С другой стороны, существует и устойчиво возрастает дефицит квалифицированных кадров. Это имеет отрицательные последствия как на микро-, так и на макроуровне.[3]

Важнейшими экономическими и социальными последствиями информационной асимметрии и неполноты информации на рынке труда являются:

- неадекватность экономического поведения субъектов рынка труда,
- усиление дискриминации при найме на работу и в оплате труда по полу и возрасту,
- рост фрикционной безработицы.

Наёмные работники, лишённые необходимой информации о состоянии рынка труда (заработной плате, занятости, безработице), принимают неоптимальные экономические решения. Они оказываются в невыгодном положении при проведении переговоров с работодателями и представителями государства об условиях оплаты труда, нередко предъявляют не вполне обоснованные требования к уровню оплаты труда.

Работодатели, в свою очередь, допускают ошибки в кадровой политике, установлении ставок оплаты труда и т.д.

К числу негативных социальных последствий информационной асимметрии на рынке труда можно отнести усиление дискриминации в сфере социально-трудовых отношений.

Невозможность найти работу 50-летними людьми отрицательно сказывается не только на их психологическом и физическом состоянии, но и на их способности вкладывать средства в образование своих детей, что

многократно усиливает отрицательные последствия этого вида дискриминации.

Информационная асимметрия ведет и к росту фрикционной безработицы. Ее причины многообразны, но одна из наиболее весомых - неудовлетворенность уровнем и организацией заработной платы: именно на нее, чаще всего ссылаются увольняющиеся по собственному желанию. Однако из-за отсутствия полной информации об условиях работы в других фирмах решение не всегда бывает оптимальным. Поиск нового места продолжается в среднем до одного месяца, в течение которого люди остаются безработными.

Текущая рабочая сила, ведущая к фрикционной (текучей) безработице, достигает на российских предприятиях более чем 20-25% среднесписочной численности в годовом исчислении. Так в 2012 г. выбытие работников на крупных и средних предприятиях страны составляло 27,4%, в 2011 г. - 26,6% среднесписочной численности работающих.

Наиболее высокая интенсивность движения рабочей силы характерна для таких секторов экономики региона, как промышленность (в 2012 г. выбыло 32,3% работников, в 2011 г. - 29%), строительство (соответственно 34,2 и 38,3), торговля и общественное питание (45,1 и 41,8), жилищно-коммунальное хозяйство и бытовое обслуживание населения (35 и 53,2), культура и искусство (35 и 29,2%). Текущая рабочая сила наносит определенный ущерб как самим работникам, так и народному хозяйству, ибо требует дополнительных затрат, связанных с перемещением работников, увольнением и наймом на работу, снижением производительности труда перед уходом со старого места работы и в начальный период на новом (хотя при определенных обстоятельствах добровольное перемещение рабочей силы позволяет каждому полнее реализовывать свой личностный потенциал и повышать эффективность труда).

Если бы работники обладали исчерпывающей информацией о состоянии рынка труда, ставках оплаты труда и условиях на других предприятиях, то многие из них не принимали бы опрометчивых решений о смене места работы. В результате минимизировались бы экономические и социальные потери, связанные с перемещениями рабочей силы, а уровень фрикционной безработицы не вышел бы за свои естественные границы (1,5-2% экономически активного населения).

Единственный путь преодоления информационной асимметрии - повысить уровень информационного обеспечения субъектов рынка труда, предоставляя достоверные, удовлетворяющие их потребности, по возможности исчерпывающие данные о спросе и предложении рабочей силы (в целом и по отдельным сегментам рынка труда), структуре занятости и безработицы, цене труда и ставках заработной платы (по профессиям и квалификациям), об условиях труда, социальном обслуживании и т.д. При этом речь идет не о безграничном, а об общественно необходимом объеме информа-

ции, которая может обрабатываться с помощью современной компьютерной техники.

Эффективность такой информсистемы во многом зависит от правильности выбора показателей, характеризующих состояние рынка труда.

Для этого их надо классифицировать и дифференцировать с учетом уровня социального партнерства (федерального, регионального, отраслевого, внутрифирменного) и интересов участников двух- и многосторонних переговоров о тарифах, условиях труда, занятости и т.д. Включение всего многообразия показателей в информационную инфраструктуру рынка труда и реализация требований к объему, качеству, достоверности и доступности информации, минимизация потерь от информационной асимметрии - задачи достаточно сложные. Для их решения, быть может, следовало бы создать независимые как от государственных, так и от частных структур некоммерческие информационные центры по проблемам социально-трудовых отношений при трехсторонних комиссиях по регулированию социально-трудовых отношений как на федеральном, так и региональных уровнях.

Деятельность подобных органов могла бы финансироваться на паритетных основах государством, ассоциациями работодателей и профсоюзами. Кроме того, некоторые информационные услуги центры могли бы оказывать на платной основе. Реализация данного предложения позволила бы ликвидировать многочисленные информационные подразделения в организациях работодателей и профсоюзов (за исключением небольших групп сотрудников, принимающих, обрабатывающих и анализирующих полученную информацию)

Формирование эффективной системы информационного обеспечения рынка труда невозможно без усовершенствования ее правовой инфраструктуры. Прежде всего, необходимо разработать и включить в Трудовой кодекс специальные статьи, с одной стороны, закрепляющие право всех субъектов рынка труда, в первую очередь наемных работников и профсоюзов, на получение полной и достоверной информации, необходимой для ведения переговоров и заключения трудовых контрактов, коллективных договоров, региональных (отраслевых) тарифных соглашений, с другой - предусматривающие меры ответственности за непредоставление необходимой информации или предоставление ложных сведений.

Некоторые правовые нормы, касающиеся рынка информационных услуг, в частности конфиденциальной информации и условий её предоставления, перечня сведений, не являющихся коммерческой тайной, и т.д., целесообразно включить в Гражданский или Административный кодексы.

В дальнейшем следовало бы рассмотреть вопрос о разработке и принятии закона, регулирующего функционирование рынка информационных услуг, включая систему информационного обеспечения рынка труда.[2]

Литература:

1. Дисфункции рыночного механизма в условиях информационной асимметрии /Н.С. Мациевский//Известия Томского политехнического университета-№6.-2011-с.46-50
2. Информационная составляющая функционирования рынка труда/ Т.Н. Гоголева, И.Ю. Ляшенко//Научные труды ДонНТУ-2012-с.53-57
- 3 А. С. Селищев: Микроэкономика, СПб.: Питер, 2002 –с.448

УДК 001.89

А.С. Рыбникова, студентка 634 группы
А.А. Лагун, доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Научное сотрудничество России и Европейского союза

2014-й год был объявлен Годом науки Россия – ЕС еще 21 декабря 2012 года, на саммите Россия – ЕС в Брюсселе. Цель Года науки — расширение сотрудничества в области высшего образования, научных исследований и инноваций. Россия – активный участник текущей седьмой рамочной программы ЕС по научно-технологическому развитию, и в настоящее время – основной международный партнер этой программы, как по количеству вовлеченных организаций, так и по объему финансирования. На данный момент 459 российских организаций участвуют в реализации 298 проектов с общим объемом финансирования более 2 млрд. евро, из которых более 1,3 млрд. выделены Европейским союзом. Общий бюджет российских организаций в данных проектах составил 103 млн. евро, из них 64 млн. стали вкладом со стороны ЕС [1]. Поэтому данная тема является актуальной для рассмотрения.

Цель исследования: изучение сотрудничества России и Европейского союза в сфере научной деятельности.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- 1 оценить масштабы сотрудничества Российской Федерации и Европейского союза;
- 2 определить приоритеты развития науки в России;
- 3 выявить достоинства и недостатки международного сотрудничества в научной деятельности.

Сотрудничество в научной сфере длится уже много лет, и в последние годы переживает расцвет, считает еврокомиссар по исследованиям, инновациям и науке Мойра Гейган-Куинн. Россия, по её словам – один из самых активных международных партнёров в 7 рамочной программе ЕС. Наиболее перспективными, по оценкам еврокомиссара, могут стать совместные проекты, связанные с изучением проблем изменения климата, экологических угроз, старения населения и других. Приоритетными областями

сотрудничества также являются авиация, космос, информационно-коммуникационные технологии, энергетика, нанотехнологии, здравоохранение, научная инфраструктура.

25 ноября в Москве в ходе официальной церемонии официально стартовал «Год науки Россия – ЕС 2014». Мероприятие призвано привлечь внимание к плодотворному и многогранному научно-техническому сотрудничеству двух партнеров и способствовать его дальнейшему продвижению. На протяжении 12 месяцев обширная программа мероприятий и инициатив, как в Европе, так и в России будет демонстрировать достижения многолетнего сотрудничества в сфере высшего образования, научных исследований и инноваций, а также мощный потенциал для его развития. Привлекая ученых, исследовательские организации, инноваторов, предпринимателей и широкую общественность, «Год науки Россия-ЕС» будет основываться на долгосрочном и плодотворном сотрудничестве между Россией и ЕС в этой области.

В рамках сотрудничества запланировано около 200 мероприятий в России и странах-членах ЕС. Некоторые из них посвящены отдельным специализированным вопросам, другие - сотрудничеству России и ЕС в области науки и технологий и/или содержат специальные сессии в данной сфере [2].

Время проведения Года науки удачно совпадает с ключевыми событиями 2014 года, такими как: запуск новой европейской рамочной программы «Горизонт 2020», возобновление Соглашения о научно-технологическом сотрудничестве России и ЕС, запуск федеральных целевых программ Российской Федерации в области науки и технологий. Эти программы обеспечивают основу равноправного партнерства в науке, технологиях и разработках, основанного на взаимной ответственности, реализуемого путем софинансирования и скоординированности на уровне научных программ [1].

Не менее показательным является участие России в европейских программах мобильности. В период с 2007 по 2013 годы в рамках Программы Марии Склодовской-Кюри около 350 российских ученых получили финансирование для научных стажировок в странах ЕС. Высокий научный уровень российских исследований является общепризнанным. Так, российские ученые получили 25 грантов Европейского исследовательского совета (ERC): 18 в области естественных наук, 4 – социальных и гуманитарных наук и 3 - в области медико-биологических наук. Из этих 25, 17 грантов – стартовые гранты для молодых ученых, начинающих свою карьеру, а 8 – гранты для ведущих ученых, лидеров в своей области. Их пригласили исследовательские институты Великобритании (6 грантов), Франции (4 гранта), Германии (4), Швейцарии (3), Голландии (2), Швеции (2), Австрии (1), Бельгии (1), Испании (1) и Норвегии (1).

Исследователи из ЕС также успешно выигрывают гранты, предостав-

ляемые Россией в рамках Постановления Правительства Российской Федерации (апрель 2010 г.) «О мерах по привлечению ведущих ученых в российские образовательные учреждения высшего профессионального образования, научные учреждения государственных академий наук и государственные научные центры Российской Федерации» (Мега-гранты). Эти исследовательские проекты осуществляются исследовательскими группами университетов под руководством ведущих ученых. Исследователи из ЕС получили тридцать один грант в рамках первых трех конкурсов [3].

Министр образования и науки Российской Федерации Дмитрий Ливанов обозначил позитивную тенденцию в отношениях между Россией и ЕС – рост спроса со стороны бизнеса на макроэкономическую интеграцию, сближение законодательства и снятие барьеров на границах. «Одновременно с запуском программы Евросоюза «Горизонт–2020» мы начинаем новую федеральную целевую программу «Исследования и разработки» на 2014–2020 годы, которая направлена, в первую очередь, на формирование опережающего научно-технологического задела (резерва) по приоритетам развития научно-технической сферы, транслирующего результаты фундаментальных исследований в продукт, востребованный отраслями экономики. Всего на выполнение научно-исследовательских проектов в рамках новой программы планируется использовать более 10 млрд. евро» [4].

Кроме того, Дмитрий Ливанов отметил, что в рамках Года науки Россия–ЕС Министерство планирует обеспечить участие российских молодых ученых, студентов-старшекурсников и признанных разработчиков высокотехнологичной продукции более чем в 30 мероприятиях на территории стран Евросоюза и в России. «Только в этот раздел сотрудничества со странами ЕС в течение года будет инвестировано около 2,5 млн. евро» [3].

Год науки должен сблизить научные сообщества, придать новый импульс их сотрудничества. Заканчивающаяся 7 рамочная программа ЕС показала, что российские учёные на равных входят в партнёрства и консорциумы с ведущими исследователями. Эта программа способствовала укреплению мнения о России как о стране с чрезвычайно высоким научно-исследовательским потенциалом.

У России и ЕС есть успешный опыт в реализации инфраструктурных проектов «Megascience» – Европейский рентгеновский лазер на свободных электронах (XFEL) в Гамбурге, Международный термоядерный экспериментальный реактор (ITER) во Франции, ЦЕРН в Швейцарии.

В свою очередь в России сейчас идёт подготовка к реализации 4 научных мегапроектов – ТОКАМАК и ИГНИТОР в Москве, высокопоточного пучкового исследовательского реактора ПИК в Гатчине, комплекса сверхпроводящих колец на встречных пучках тяжёлых ионов в Дубне, ускорительного комплекса со встречными электронно-позитронными пучками в Новосибирске. Реализация этих проектов позволит в ближайшем будущем создать уникальные исследовательские комплексы мирового класса

и получить прорывные научные результаты [1].

Как отметил Дмитрий Ливанов, «в настоящее время в России проводится «глубокая модернизация академического сектора науки», создаются новые механизмы финансирования научных исследований. При этом большие надежды возлагаются на молодёжь [2].

Российские высшие учебные заведения совместно с зарубежными университетами-партнерами ведут программы двойных дипломов. Сегодня, пожалуй, нет ни одной страны единой Европы, в которой не работали бы такие программы. В результате их реализации и Россия, и страны Евросоюза получают высококлассных специалистов, способных активно работать в различных странах с новейшими технологиями, причем как в естественно-научной, так и в гуманитарной сферах. Молодежь, воспользовавшаяся преимуществами единого образовательного пространства, с легкостью переходит в единое экономическое пространство. Это, пожалуй, ярчайший пример пользы интернационализации образования и его экономической эффективности».

Между тем ЕС заинтересован в притоке не только иностранных студентов, но и «лучших мозгов». В свою очередь, ученых-россиян в этом научном диалоге привлекает не только современная инфраструктура науки Старого Света, но и качественно иная, по сравнению с отечественной, оплата исследовательского труда. Бюджетная зарплата ученых в российских университетах и институтах РАН ныне составляет в среднем 500 евро в месяц против более 2000 евро в месяц в европейских университетах [5].

По оценкам экспертов, в странах Европейского союза ныне генерируется до трети глобального научного знания. Евросоюз сегодня ставит цели укрепления и оптимизации связей между научными исследованиями и инновациями, а также поддержку малого и среднего предпринимательства в области науки и инноваций в один ряд с построением в Европе общества, основанного на знаниях. Пока наша страна объективно не готова к полномасштабному участию в европейских программах инновационного характера, прежде всего, в силу отсутствия у нас достаточного количества высокотехнологичных предприятий малого и среднего бизнеса.

Среди европейских стран контакты с российской наукой наиболее активно развивают Германия и Франция. Партнерство патронировается с немецкой стороны Федеральным министерством образования и научных исследований, Германской службой академических обменов (DAAD), Немецким научно-исследовательским сообществом (DFG), а также многочисленными фондами и обществами. Сотрудничество российских и французских исследователей с 2004 г. развивается в рамках совместных научных структур – международных ассоциированных лабораторий и международных научных объединений. Самой сложной формой сотрудничества является Международная смешанная лаборатория Понселе по математике, которая действует в Москве с 2006 г. Схемы совместного финансирования работы рос-

сийских ученых, введенные в прошлом десятилетии Российским фондом фундаментальных исследований, во многом способствовали развитию такого сотрудничества. На сегодня около 20% всей внешней деятельности Национального центра научных исследований Франции (НЦНИ) касается России и СНГ. В организационном плане научное сотрудничество с Россией оформлено на основе рамочных соглашений с Российской академией наук, РФФИ и РГНФ.

Расширяются контакты отечественной науки с учеными – представителями русскоязычной диаспоры в Европе. Информация о масштабах реальной «утечки умов» из России достаточно отрывочная и не точная; оценки порой разнятся в разы. Это связано и с тем, что многие российские ученые формально не эмигрируют за рубеж, а уезжают на работу по контракту, хотя временный статус такой работы порой перерастает в постоянный. Взаимодействие диаспоры и российских ученых стимулируется при посредничестве Федеральной инициативы по привлечению в российские вузы ведущих ученых, в том числе иностранных, и различных фондов. Растет число российских исследовательских структур, заключающих международные договоры о научном сотрудничестве с помощью диаспоры. В русле общемировых тенденций расширяются масштаб и формы сетевого взаимодействия российских ученых и соотечественников за рубежом [3].

Таким образом, прагматизм сегодня является основой развития европейско-российского сотрудничества в научной деятельности. Там, где Россия воспринимается Европейским союзом как равноправный партнер, практическое сотрудничество в науке успешно развивается [5].

Литература:

1. Электронный ресурс: <http://www.eu-russia-yearofscience.eu/ru/1488.php> Официальный сайт «Год науки Россия – ЕС 2014»

2. Электронный ресурс: <http://минобрнауки.рф/новости/3777> Официальный ресурс Министерства образования и науки Российской Федерации.

3. Электронный ресурс: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=72053#.U163DkeCWSr Электронное издание «Наука и технологии России».

4. Электронный ресурс: <http://www.nkj.ru/news/23691/> Портал журнала «Наука и жизнь»

5. Электронный ресурс: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=2146#top Российский совет по международным делам

УДК 339.923

И.А. Серов, студент 633 группы

*О.Б. Филатова, старший преподаватель кафедры экономики
и организации ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Сравнительная характеристика экономического эффекта для Украины от вступления в ЕС и ТС

В последние десятилетия мир постоянно менялся, создавая предпосылки для образования международных экономических и политических союзов, таких как: Европейский союз, Таможенный союз ЕврАзЭС, Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА), Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС), Ассоциация стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН) Лига арабских государств.

Сегодня, в условиях волнений в мировой экономике Украина оказывается за бортом основных международных торгово-экономических структур, этим и обусловлена актуальность данной темы.

В работе приведены оценочные характеристики ожидаемого экономического эффекта для Украины от вступления в ЕС и ТС, а так же использован ряд методов эмпирического исследования (наблюдение, сравнение) и теоретического исследования (абстрагирование, анализ и синтез, идеализация)

Цель работы – дать оценку предполагаемого экономического эффекта от вступления Украины в ЕС и ТС.

Задачи работы: выявление причин, по которым Украина в течение длительного промежутка времени оказывается вне интеграционных объединений; проанализировать экспортные возможности Украины; Оценить потребность европейских рынков и рынков стран СНГ в украинских товарах.

Интеграционные процессы, необходимые для вступления Украины в ЕС, своего логического завершения не достигли, а интеграция со странами Таможенного союза не находит должной поддержки Украинской государственной власти.

Результат многовекторной внешней политики государственной власти Украины оказался малозначительным по причине рассредоточенности такой политики и неопределенности в выборе интеграционного вектора Украины, что во многом сдерживает ее экономическое развитие.

Пребывание Украины в такой ситуации и в будущем, несет в себе высокие риски в связи с тем, что находясь в стороне от интеграционных процессов, Киев окажется между уже существующей геополитической конструкцией по линии Минск - Москва - Астана и атлантической осью Брюс-

сель - Лондон - Вашингтон, что губительно и с геоэкономической, и с геостратегической точки зрения.

Однако почему Украина, вот у же в течение нескольких лет не достигла прогресса по такому важному интеграционному вопросу?

Причин несколько: рынки сбыта ЕС очень посредственно нуждаются в импорте украинских товаров, а во многих и не нуждаются вовсе, в свою очередь, рынки стран ТС и СНГ хотя традиционно и расположены к потреблению украинской продукции, но в Таможенном Союзе Украина имеет лишь статус наблюдателя, в связи, с чем к экспортируемым в эти страны товарам применяются таможенные пошлины и ограничения экономического характера, что делает украинскую продукцию неконкурентоспособной.

Вступление в ЕС практически полностью откроет внутренний рынок Украины для европейских товаров, но в этом есть и негативные моменты, ведь у Украины уже сейчас приблизительно в два раза ниже уровень таможенной защиты, чем в среднем по ВТО, а вступление в ЕС эту защиту делает еще меньшей, что оставит украинского производителя один на один с его европейским конкурентом.

Потенциал Европейского рынка для Украины - 16 триллионов долларов, но что это значит для Украины? Потенциал рынка большой, но важно отметить, что он на 90% недоступен.[1] Украинские товары не пользуются в Европе большим спросом. Для этого нужен другой уровень качества, а он на сегодняшний день отсутствует.

При вхождении Украины в ЕС, экспорт ее продукции в ТС сократится по минимальным оценкам на 1,4-1,9 млрд. долларов, что будет являться результатом обложения пошлинами внутреннего рынка Таможенного Союза.[1] С учетом неизбежного в этом случае подорожания для Украины еще и российских углеводородов, последствия присоединения к ЕС для Украины могут быть катастрофическими.

Очевидно то, что «обнуление» таможенных барьеров привлечет не высокие технологии, а лишь усилит приток на Украину иностранного товара, который ударит по развивающемуся отечественному производителю.

Снятие тарифных и нетарифных ограничений на европейскую продукцию автоматически сократит поступления в государственный бюджет Украины на 20%.[1]

По озвученным представителями Еврокомиссии расчетам, в первые годы действия ЕС бюджет Украины будет терять около 5-6 миллиардов долларов в год. Представители ЕС и их украинские сторонники считают, что в обмен Украина получит «европейские нормы» и через несколько лет заработает значительно больше, чем потеряет.[2]

Рынок продовольствия в Европе перенасыщен и защищен. То же самое с рынком изделий легкой промышленности. Практически не пользуется спросом украинский металл, от которого ЕС отгородился высокими та-

моженными пошлинами. А ведь Украина занимает 3-е место в мире по объёму экспорта металлопродукции.[3]

Все восточно-европейские страны, недавно вступившие в ЕС, имеют серьезные проблемы со сбытом своей продукции в Западной Европе и при этом, на их внутренних рынках наблюдается обилие продуктов из Германии и других стран с сильным агропромышленным комплексом.

Один из возможных сценариев развития Украины с ЕС может заключаться в том, что европейская пищевая промышленность будет закупать сельскохозяйственную продукцию низкой степени переработки: чистое зерно, кукурузу и прочее, чтобы загрузить мощности своей пищевой промышленности и украинские продукты будут возвращаться назад в виде готовой продукции.

Важно заметить, что без рынка сбыта промышленной продукции, и, прежде всего, рынка сбыта товаров высокотехнологического сектора экономики, Украина обречена на роль сырьевого придатка. В Европейском Союзе этого рынка сбыта для украинской высокотехнологической продукции до сих пор не было и нет. Ни в станках, ни в прочей высокотехнологической продукции машиностроения Украины ЕС не нуждается.[3] В страны Таможенного Союза доля машиностроительного экспорта Украины является доминирующей. Например, продукция машиностроения стала главной статьёй украинского экспорта в РФ. В структуре товарного экспорта из Украины ее доля составляет 37%.[4]

Не ясно, почему большая часть нынешней украинской, элиты склоняется к членству в ЕС, ведь основной рынок сбыта украинской продукции - это Россия и страны СНГ и Юго-Восточной Азии. Да и ситуация в Евроне сегодня такова, что говорить о ее расширении в ближайшие годы не приходится, наоборот, встает вопрос в сохранении ее целостности.

Сотрудничество с Западом не приносит видимых результатов как для экономики Украины, так и для благополучия ее граждан. Выгоду от такого сотрудничества получают, как правило, лишь иностранные инвесторы и их лоббисты.

При интеграции Украины с Россией, Белоруссией и Казахстаном ситуация складывается более позитивная. Появляется возможность укрепления общественных и культурных связей, с учетом родственности братских народов. Что совершенно невозможно было бы реализовать с такими странами Западной Европы.

Украинская экономика в Евразийском Союзе имеет все шансы на реальное сотрудничество с Россией, Белоруссией и Казахстаном в хозяйственном и военном плане, что особенно важно в условиях мировой экономической и политической нестабильности.

В условиях мирового финансово-экономического кризиса, расширение основного русла экономики Украины на Восток придаст новый импульс для ее стабилизации, что необходимо, т.к. по мнению главного эконо-

номиста Международного валютного фонда Оливье Бланшара, на выход из сегодняшнего долгового кризиса может понадобиться не одно десятилетие.[5]

По оценкам специалистов, вступление Украины в Таможенный союз позволит стимулировать экономическое развитие и может дать дополнительно до 15 % роста ВВП стран-участниц к 2015 году.[4]

В отношении Таможенного Союза расчеты таких учреждений, как российский институт Глазьева и украинского Министерства экономики высказывают мнение о том, что выигрыш украинской экономики от начала работы таможенного союза составит от 8 до 12 миллиардов долларов в год.[1] В дальнейшем выигрыш будет только увеличиваться, что произойдет за счет снижения цен на энергоресурсы и синергетического эффекта объединения потенциалов стран, как бывших советских республик, а фактически от реставрации значительной части единого народно-хозяйственного комплекса.

Таможенный Союз России, Белоруссии и Казахстана — не только экономическая структура, но, прежде всего, фундаментальный механизм интеграции евразийского пространства, как шаг к многополярному миру.

Подводя итог вышесказанному следует отметить, что Украина, в силу своего географического положения, в перспективе могла бы играть в этой системе особую роль. Вступление Украины в Таможенный Союз позволило бы сбалансировать его восточный вектор, и предоставила бы Украине возможность выполнять транзитную функцию между Евразией и Европейским Союзом. Россия выступает против вступления Украины в ЕС. В случае если будет подписано соглашение об ассоциации или зоне свободной торговли Украины с ЕС, будет создан коридор, по которому, с учетом того, что РФ тоже подписала с Украиной соглашение о зоне свободной торговли, фактически в приоритетном режиме будут поставляться товары, что серьезно усложнит деятельность российских производителей.

Литература:

1. Данько, А.В. -Контраргументация в пользу Таможенного союза// [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://nbnews.com.ua/ru/blogs/96648/>
2. Абзалов, Д.Г.-Последовательная позиция России по вопросу евроинтеграции Украины // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://nbnews.com.ua/ru/blogs/96648/>
3. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/up.html> - General Intelligence Agency
4. <http://gazeta.zn.ua/internal/ukraina-i-tamozhennyu-soyuz-problemy-integracii-.html> - Украина и Таможенный союз: проблемы интеграции
5. <http://news.mail.ru/economics/7906981/> - Преодоление долгового кризиса

УДК 339.92:63

А.С. Хлупина, студентка 643 группы
А.А. Лагун, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Анализ конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на рынках России в условиях ВТО

В середине декабря 2012 года на Восьмой конференции министров Всемирной торговой организации (ВТО) было принято решение о присоединении к ней нашей страны. Сельскому хозяйству приходится работать в новых и весьма жестких экономических условиях, что существенно обостряет внутренние проблемы, в том числе увеличившуюся ссудную задолженность хозяйств перед банками, что не позволяет товаропроизводителям без принятия необходимых компенсационных мер конкурировать на мировом рынке. Поэтому изучение развития агропромышленного комплекса (АПК) в условиях присоединения к ВТО приобретает актуальное значение.

Объектом исследования выступает агропромышленный комплекс страны в целом и Вологодской области. Целью статьи является рассмотрение развития АПК и его конкурентоспособности в связи с присоединением Российской Федерации к ВТО. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи: определить состояние развития АПК, выявить проблемы и преимущества развития комплекса, а также предложить возможные направления совершенствования АПК.

Рассматривая свершившийся факт присоединения России к Всемирной торговой организации, следует учитывать ряд важных моментов.

Во-первых, Указом Президента Российской Федерации об утверждении

Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации поставлена задача обеспечить продовольственную независимость страны, что требует сокращения как доли, так и объема импорта важнейших пищевых продуктов. Россия ныне импортирует продуктов на 42 млрд. долл. США, а экспортирует только на 12 млрд. долл. Поэтому необходимо искать возможности приближения валютной сбалансированности агропромышленного сектора по примеру других развитых стран.

Во-вторых, экономика России уже начала функционировать в рамках единого экономического пространства, следовательно, требуется согласование всех принятых условий вступления в ВТО с партнерами по этому интеграционному формированию.

В-третьих, с 2013 г., то есть, по существу, с первого года функционирования экономики России в ВТО, начала действовать Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельско-

хозяйственной продукции, сырья и продовольствия до 2020 года, предусматривающей комплексное развитие агропромышленного комплекса с учетом вступления России в ВТО. [1]

Среднегодовой темп роста продукции сельского хозяйства в период с 2013 г. по 2018 г. составит не менее 2,4 – 3,5%, производства пищевых продуктов - 3,5 – 5% объема инвестиций в основной капитал сельского хозяйства - 4,2 – 4,5%. К 2018 г. доля российской сельскохозяйственной продукции и продовольствия в общем объеме их ресурсов составит не менее 99,6% в отношении зерна, 88% в отношении сахара, произведенного из сахарной свеклы, 86% в отношении растительного масла, 98% в отношении картофеля, 86% в отношении мяса и мясопродуктов, а также 85% в отношении молока и молокопродуктов. [2]

В-четвертых, оценивая условия участия России в ВТО, своевременно поставить задачу выравнивания уровня жизни сельских жителей России и развитых странах.

Российская Федерация, вступив в ВТО, взяла на себя ряд обязательств, касающихся деятельности агропромышленного комплекса: государственная поддержка сельхозтоваропроизводителей; обеспечение доступа на рынок; экспортные субсидии. [1]

Следует констатировать, что внешние факторы, связанные со вступлением России в ВТО, ослабляют конкурентные возможности отечественных сельхозтоваропроизводителей. Внутренний рынок страны открылся для импорта продовольствия неполностью, хотя и существенно. Снижение ввозных таможенных пошлин (в среднем с 13,2 до 10,8%) и увеличение квот на ввоз продовольствия создают предпосылки для роста его импорта. Возрастание цен на энергоносители и минеральные удобрения отрицательно сказывается на издержках производства в отраслях сельского хозяйства. Уменьшение объемов субсидирования и изменение структуры субсидий приведут к 2018 г. к сокращению прямой бюджетной поддержки сельхозорганизаций. Все это создает предпосылки для формирования неблагоприятной конкурентной среды, предопределяющей снижение уровня рентабельности и объемов производства, обострение проблем конкурентоспособности малых и средних предприятий и занятости на селе. [3]

Наиболее чувствительными к новым условиям конкуренции стали отрасли свиноводство и молочное скотоводство. Квоты на ввоз свинины возросли на 25%, а ввозной таможенный тариф в рамках квоты обнулялся; пошлина на ввоз живых свиней снизилась с 40 до 5%. По оценке экспертов Союза свиноводов, при таких квотах и тарифах снижение цен производителей на свиней в живой массе перед вступлением в действие условий ВТО прогнозировалось до 20 руб. за 1 кг, а фактически цены с октября 2013 года упали на 23,5 руб., или на 27%, и продолжают падать. Таможенные пошлины на молочную продукцию к концу переходного периода (2018 г.) в среднем снизятся с 20 до 15%. Наибольшее снижение произойдет по позиции

«Молоко и сливки сгущенные». По оценке экспертов Союза производителей молока, это приведет к банкротству предприятий сушильной отрасли. Сотрудники Северо-Западного научно-исследовательского института экономики и организации сельского хозяйства прогнозировали снижение цен производителей молока на 8%, или 1 руб. 40 коп. на 1 кг, а фактически за сентябрь-декабрь прошлого года в основных молокопроизводящих регионах Северо-Западного федерального округа цены снизились на 1 руб. 43 коп., что в относительном отношении составило не 8, а 10%. Условия, принятые Россией при присоединении к ВТО, вызвали рост импорта продовольствия, в особенности молочных продуктов, а именно сыра и творога - на 27,8%, молока - на 32,1, масла сливочного - на 40,7%. По данным на 14 августа 2013 г., на российский рынок было ввезено с начала 2013г. молока почти на 10 тыс. т. больше, чем за 2012 год, сыра и творога на 14 тыс. т., масла сливочного - на 15,5 тыс. т. больше. Ситуация с импортом мясной продукции принципиально отличается от ситуации с молочной продукцией, всплеск импорта мяса птицы, говядины и особенно свинины произошел сразу после вступления в силу правил ВТО. При этом тенденция замедления импорта мяса птицы оказалась неустойчивой и уже к середине августа 2013 г. его объемы превысили аналогичный показатель 2012 г. на 3,9 тыс. т.

В условиях членства России в ВТО и значительной открытости национального продовольственного рынка для зарубежных стран существенно усилилось влияние на ценовую ситуацию мировых цен на продовольствие. Сравнение цен на различные виды мяса в США, ЕС и России, а также на мясо, поступающее в Россию по импорту, показывает, что средняя цена производителей говядины в России в 1,3 раза выше, чем цена на говядину, поступающую по импорту. Различия по свинине составляют 1,3 раза, а по мясу птицы - 1,9 раза. Отмечается тенденция сближения цен на импортное и отечественное мясо. По состоянию на 16.02.2013 эти различия в ценах составляли по говядине 1,4 раза, свинине - 1,5, мясу птицы - 2 раза.

Под влиянием мировых цен формировались цены и на оборотные средства, приобретаемые сельхозтоваропроизводителями. В особенности это относится к ценам на комбикорма, компоненты для производства которых дорожали в соответствии с динамикой мировых цен. В меньшей степени повышение цен коснулось электроэнергии и минеральных удобрений. В целом по России средние цены на электроэнергию для сельскохозяйственных нужд с сентября по март 2013г. возросли на 2,4%, калийные удобрения - на 6, азотные удобрений - на 8%. Негативные последствия присоединения России к ВТО в связи с ростом цен на ресурсы и падением закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию могли бы в значительной степени компенсироваться усилением бюджетной поддержки сельского хозяйства. Однако разрешенные ВТО объемы прямого субсидирования сельского хозяйства России в рамках так называемой «желтой корзины» будут постепенно сокращаться от 9 млрд. долл. США (2012 - 2013гг.) до 4,4 млрд. долл.

(2018г.). При этом большинство субсидий сельскому хозяйству России (60 - 70%) относится именно к мерам «желтой корзины», на долю которых в Северо-Западных субъектах Российской Федерации приходится 80 - 90% всей бюджетной поддержки аграрного сектора. [4]

Что касается развития агропромышленного комплекса в условиях ВТО на региональном уровне. Сельское хозяйство Вологодской области - одна из базовых отраслей экономики: здесь производится порядка 4% валового регионального продукта области; занято 4,5% общей численности работающих. На сельской территории проживает около 30 % общей численности населения. В 2012 году всеми категориями сельхозтоваропроизводителей области произведено продукции сельского хозяйства на сумму 21,6 млрд. руб. Сельскохозяйственные товаропроизводители региона своим производством обеспечивают населению области возможность потребления основных продуктов питания (за исключением мяса и овощей) в соответствии с рациональными нормами.

В структуре производства сельхозпродукции на долю сельхозорганизаций приходится 72 % общего объема. Все усилия производителей направлены на интенсификацию производства, что положительно сказывается на продуктивности животных и урожайности сельскохозяйственных культур. Нельзя не отметить те положительные изменения, которые происходят в отдельных отраслях и сферах деятельности агропромышленного комплекса региона: развитие крупных агропромышленных формирований; применение новых технологий при производстве продукции.

Однако эти положительные тенденции не исключают риски и угрозы обеспечения конкурентоспособности продукции АПК региона в новых условиях: непрерывный рост цен (на энергоресурсы, минеральные удобрения и другие материально-технические ресурсы); снижение инвестиционной привлекательности, что влечет за собой ограничения по внедрению ресурсосберегающих технологий, реализацию модели ускоренного экономического развития; природные, связанные с размещением большей части сельскохозяйственного производства в зонах рискованного земледелия; снижение уровня жизни на селе, увеличение разрыва в уровне жизни сельского и городского населения; внешнеторговые, связанные с изменением конъюнктуры мирового рынка продовольствия, что отразится на ценовых колебаниях, а также, оторванность менеджмента от современных процессных подходов, которые установлены международными нормами и правилами и подтверждение этому – низкий уровень внедрения международных стандартов на предприятиях области. Кроме этого, существующий в настоящее время и прогнозируемый в среднесрочной перспективе в сельском хозяйстве области дефицит квалифицированных специалистов определяется достаточно сильной межотраслевой конкуренцией и низкой конкурентоспособностью аграрного сектора на рынке труда. [5]

Существенными же преимуществами для Вологодской области являются: развитие крупных агропромышленных формирований и их экономическая устойчивость, укрепление системы государственной поддержки сельхозтоваропроизводителей, реализация региональной политики в области качества продукции и услуг, развитие системы добровольной сертификации «Настоящий Вологодский Продукт». [6]

Таким образом, в условиях взаимодействия Российской Федерации с ВТО сельское хозяйство как в целом по стране, так и на уровне региона находится в неблагоприятной ситуации. Происходит ослабление конкурентоспособности отечественных сельхоз товаропроизводителей; рост ввоза импортной продукции; возрастание цен на производственные ресурсы; уменьшение объема субсидирования; падение закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию; дефицит квалифицированных специалистов; низкая доходность большинства сельскохозяйственных предприятий, а также их банкротство.

Следует существенно повысить роль хозяйственного управления, ориентированного на рыночную экономику, где объектом хозяйственного управления должны стать отраслевые, межотраслевые, региональные, межрегиональные, районные, межрайонные некоммерческие организации в форме союзов (ассоциаций) сельхозтоваропроизводителей, объединяющие защищающие их интересы. [7]

Необходимо стимулировать рост производства основных видов сельскохозяйственной продукции и пищевых продуктов; стимулирование технической и технологической модернизации производства, инновационного развития агропромышленного комплекса, развитие биотехнологии; поддержка малых форм хозяйствования и кооперации на селе; обеспечение аффертивной деятельности органов государственной власти в сфере развития сельского хозяйства; создание условий для эффективного использования земель сельскохозяйственного назначения; развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения.

Литература:

1. Ушачев И. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции и продовольствия России в условиях присоединения к ВТО. / И. Ушачев // АПК: экономика и управление. – 2012. - №6. – С.5 - 15
2. Холод Л. Присоединение России к ВТО и развитие агропромышленного комплекса / Л. Холод // Экономика сельского хозяйства России. – 2012. - №6. – С. 22-25
3. Ушачев И. Меры по обеспечению конкурентоспособности сельского хозяйства в условиях присоединения России к ВТО / И. Ушачев // АПК: экономика и управление. – 2012. - №9. – С.8 – 13

4. Костяев А. Новый этап глобализации в АПК в связи с присоединением России к ВТО / А. Костяев // АПК: экономика и управление. – 2013. - №11. – С. 12 - 19
5. Агапова Т. Прогнозирование развития сельского хозяйства региона в условиях присоединения к ВТО / Т. Агапова, Н. Медведева // Экономика сельского хозяйства России. – 2013. - №10. – С. 25 – 32
6. Ильичев А. На грани выживания / А. Ильичев // Премьер. – 2012. - №9. – С. 16 - 20
7. Баклаженко Г. Концепция хозяйственного управления АПК России / Г. Баклаженко // Экономика сельского хозяйства России. - № 2. - 2013. - С. 12-19

УДК 336.748.5

Шабалина В.Н., студентка 653 группы
Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Особенности инфляционных процессов в Российской экономике

В экономически развитых странах человек с детства привык к рыночной среде, которая воспитывает его в духе предприимчивости. Россия и другие республики бывшего СССР, государства Восточной Европы и еще целый ряд стран находятся в процессе перехода от административно-командной системы к рыночной экономике.

Наиболее общее, традиционное определение инфляции – переполнение каналов обращения денежной массой сверх потребностей товарооборота, что вызывает обесценение денежной единицы и соответственно рост товарных цен. Однако подобное определение инфляции нельзя считать полным. Инфляция, хотя она и проявляется в росте товарных цен, не может быть сведена лишь к чисто денежному феномену.

Однако в 30-х годах стало очевидным, что классический подход, признававший только рыночный подход устарел. Требовалось регулирование посредством косвенного государственного вмешательства. Такой инструмент косвенного вмешательства государства в рыночную экономику разработан в теории выдающегося английского экономиста Дж. М. Кейнса (именно поэтому 30-е годы стали периодом триумфального шествия кейнсианства по всему западному миру). Кейнс и стал основоположником «реабилитирующей» инфляционную концепции. Ее начали рассматривать как такое негативное явление, которое, при умело направленной финансовой политике, способна все таки дать позитивный импульс всей экономике. Этим Кейнс совершил переворот в воззрениях экономистов, создав концепцию,

согласно которой активная финансовая политика государства, стимулирующая спрос вперед депрессии, способна обеспечить рост производства и снизить массовую безработицу. Смысл рассуждений Кейнса состоял в следующем. Дополнительная денежная эмиссия означает рост платежеспособного спроса населения. В свою очередь, такой рост должен явиться стимулом для увеличения предложения товаров. Произойдет это потому, что в погоне за деньгами покупателей производители расширят объем производства и тем обеспечат товарное покрытие возросшего (в результате дополнительной денежной эмиссии) платежеспособного спроса.

Приведенное теоретическое рассуждение трансформировалось в экономическую политику, получившую название «контролируемая инфляция». Однако реальность оказалась сильнее теории: превышение платежеспособного спроса над товарным предложением привело к обыкновенному росту цен. Производитель предпочел направиться по более легкому пути. Вместо увеличения предложения он стал «выбирать» инфляционный избыток денежных знаков у покупателя простым повышением цены. Неудача в попытке контролировать инфляцию была предопределена еще и тем, что многие секторы рыночной экономики были фактически монополизированы, а кейнсианский подход предполагал свободный конкурентный рынок. В советское время инфляция носила, как правило, подавленный характер (в 60-80 годы). Она выражалась не в открытом росте уровня централизованно устанавливаемых цен на социально значимые товары, а в увеличении неудовлетворенного спроса (дефицита) и вынужденных денежных сбережений населения.

Причем увеличение денежных сбережений использовалось в пропагандистских целях, якобы как, показатель роста благосостояния граждан страны. На самом деле, это происходило из-за невозможности приобрести товары и услуги в нужном объеме и желаемого качества. С середины 60-х годов 20 века денежные доходы населения росли опережающими темпами, по сравнению с производством потребительских товаров и услуг и к концу 80-х 20 века сумма вкладов населения в сберегательные кассы и запасов наличных денег примерно равнялась сумме розничного товарооборота и платных услуг. В результате образовался инфляционный навес – перенасыщение экономики деньгами относительно номинального размера национального продукта. Избыточная денежная масса в отсутствие рынка ценных бумаг, недвижимости, в условиях нараставшего дефицита товаров и услуг оказывала повышающее значение на цены.

Подавленная инфляция вызывала ослабление мотивации к труду (уровнировка), а к началу 1990-х годов привела к замещению денег материальными ценностями, возрождению бартера, а также к широкому рациированию потребления в форме карточек, талонов, “закрытой” продажи товаров широкого потребления. Все эти формы “подхлестывали” возникнове-

ние дефицита, новый рост цен и, как следствие, инфляцию. 1990 год оказался рубежным, последним годом умеренных темпов инфляции.

В России, как и в большинстве бывших союзных республик годовые темпы прироста цен составили от 3 % до 5 %. С 1991 года темпы инфляции резко возросли. В 1992 году Правительство России начало проводить последовательную финансовую политику, основанную на либерализации цен и внешнеэкономической деятельности, внутренней конвертируемости и стабилизации обменного курса рубля за счет валютных резервов. Однако под угрозой нарастания платежного кризиса жесткая финансовая политика сменилась инфляционным кредитованием предприятий. Спрос на валюту повысился, валютные резервы были исчерпаны за короткий срок и курс рубля стремительно упал со 119 руб. за 1 доллар в середине лета до 450 рублей за 1 доллар в ноябре. В ноябре 1993 года сохранялся высокий уровень инфляции (в среднем 22% в месяц) из-за периодической денежной и кредитной эмиссии. Рост курса доллара то ускорялся до 15-20% в месяц, то снижался почти до нуля.

Одной из самых доходных операций стала спекуляция на валютном рынке. К осени покупательная способность доллара снизилась до предела (его курс рос медленнее, чем цены), рентабельность экспорта стала критически низкой, усилилось вытеснение отечественных товаров импортными.

К 1998 году ситуация, как казалось, стабилизировалась, но на самом деле иллюзия стабильности была обманчива. Страна, по существу, объявила себя банкротом. В тот момент правительство заявило, что государство не в состоянии осуществлять платежи по внешнему и внутреннему долгу, а российские банки не в состоянии погасить свои обязательства перед вкладчиками и внешними кредиторами. Одним из первых следствий краха, естественно стал рост цен. Потребительские цены выросли только за сентябрь 1998 г. на 38%, за октябрь на 5% . В общей сложности за 1998 год рост цен превысил 60% .

Основные причины – это и несоответствие проводимой антиинфляционной политики и не желание реформаторов сопоставить реформы с социально-политической обстановкой и реальным экономическим состоянием в обществе. Следствием разбалансированности экономики и политической нестабильности явилось усиление инфляции с 11% в 1997г. до 84,4% в 1998г.

В январе 1999г. рост потребительских цен составлял 8,5% , в феврале – 4,1% , в марте – 2,8%. Замедление темпа инфляции обусловлено снижением платежеспособного спроса в связи с падением реальных располагаемых денежных доходов населения (в декабре 1998г. на 31,8% по сравнению с декабрем 1997г.), контролем за денежной эмиссией и динамикой денежных агрегатов относительной стабилизацией валютного курса рубля. Однако за первые восемь месяцев 1999 г. инфляция возросла на 30%, а за год составила 36,5%. В 2000 году, с приходом к власти новой команды правительства

уровень инфляции удалось взять под контроль: в 2000 году инфляция составила 20,2%, в 2001 – 18,6%, в 2002 – 15,1%, а в 2003 году – всего 12%. Снижению инфляции в немалой мере способствовало проведение взвешенной тарифной политики в сфере естественных монополий, совершенствование процесса регулирования цен в 2001 – 2003 г.г. С 2002 года повышение цен и тарифов объявлялось правительством заранее, что способствовало снижению инфляционных ожиданий и обеспечивало предсказуемость финансово-хозяйственной деятельности потребителей их продукции.

В 2005 году темпы инфляции несколько замедлились (10,9 %) по сравнению с 2004 годом (11,7 %), хотя целевой ориентир в 8,5 процента остался недостижим. Инфляция по итогам 2010 года может превысить официальный прогноз и приблизиться к 9%, а рост национальной экономики – не достигнуть ожидаемых 4%, говорится в заключении Счетной палаты РФ на проект федерального закона с поправками бюджета на 2010 год. Из-за засухи Минэкономразвития повысило прогноз по инфляции в текущем году до 7,0 – 8,0% с первоначальных 6,5-7,5%. Вице-премьер, министр финансов РФ Алексей Кудрин заявил, что инфляция может составить 7,8 – 8,2%. Таким образом, он не исключил, что рост цен может превысить предельную верхнюю планку нового прогноза. Для достижения целевого уровня инфляции в размере 8% прирост потребительских цен в ноябре – декабре 2010 года не должен превысить 0,8% , или в среднем за месяц – 0,4%. Таким образом, инфляция сложный непреодолимый процесс. Говоря о природе инфляции в РФ, позиции экономистов сводятся в две основные концепции.

Первая – монетаристская, сторонниками которой являются Е. Гайдар и А.Илларионов. Она исходит из того, что инфляция в России в своей основе носит монетаристский характер, т.е. существует тесная взаимосвязь между приростом денежной массы и темпами инфляции с определенным временным лагом. В доказательство своей точки зрения сторонники монетаристской концепции приводят следующие сравнения соотношения темпов роста денежной массы и потребительских цен.

Вторая концепция – немонетаристская (воспроизводственная), сторонниками которой являются Г. Явлинский и Л. Абалкин. Она исходит из того, что инфляция в России – явление многофакторное, в котором главную роль играет инфляция издержек. Причем, некоторые факторы относятся к наследию командно-административной системы советских времен, а другие возникли из-за перекосов, произошедших уже в период рыночных реформ. К причинам возникновения инфляция издержек сторонники данного направления относят:

- отсталую в техническом отношении и затратную структуру производства, и, как следствие, низкий уровень производительности труда;
- диспропорции структуры экономики, высокую степень ее милитаризации (наследие советского периода);
- высокую степень монополизации экономики (РАО ЕЭС, Газпром);

- незавершенность формирования инфраструктуры рынка, высокий уровень бюрократизации и криминализации экономики;
- гипертрофированное развитие финансовых услуг и посреднической торговли.

Сторонники данного направления придерживаются точки зрения, что, несмотря на ограничительную денежно-кредитную политику, инфляция в стране не опускается ниже определенного уровня. В чрезвычайной ситуации, когда цены подсакаивают резко и неравномерно, нормальные экономические отношения разрушаются. Владельцы предприятий не знают, какую цену на товары назначить. А потребители не знают, какую цену платить. Поставщики сырья хотят получить реальные товары, а не быстро обесценивающиеся деньги. Кредиторы стараются избегать своих должников, чтобы не получать возвращенный долг в дешевых деньгах. Деньги фактически теряют цену и перестают выполнять свои функции в качестве меры стоимости и средства обмена. Производство и обмен со скрипом двигаются к остановке и в конечном итоге может наступить экономический, социальный, и возможно, политический хаос.

Из всего вышесказанного следует, что инфляция – это сложное социально-экономическое явление, основной формой проявления которого является устойчивый рост цен и обесценение денег. Главной причиной инфляции выступает эмиссия денежных знаков и, как следствие, избыток денежной массы в обращении по сравнению с реальными потребностями хозяйственного оборота в деньгах. В российской экономике инфляция имеет свои особенности и проблемы. Основными проблемами снижения темпа инфляции в России являются: зависимость внутренних цен на энергоносители от мировых цен на нефть; опережающий инфляцию рост цен на продукцию естественных монополий и тарифов на услуги ЖКХ; ухудшение качества эмиссии денег в связи с преобладанием валютного и снижением кредитного канала эмиссии; изъятие средств в стабилизационный фонд и формирование бюджета с профицитом. Важно также развитие финансового рынка и усиление контроля с ЦБ РФ над динамикой денежных агрегатов. Проведенный анализ показал необходимость комплексного подхода к снижению инфляции при высоком и даже умеренном ее уровне (7-10%), поскольку инфляция является одним из базовых факторов торможения структурных изменений в экономике и создания конкурентной среды, сдерживания модернизации производства, замедление темпов роста доходов населения, особенно наименее обеспеченных его групп.

Литература:

1. Красавина Л.Н., Инфляция и антиинфляционная политика в России./ Л.Н. Красавина. М.: «Финансы и статистика». -2009.

2. Малкина М.Ю. Анализ инфляционных процессов и внутренних дисбалансов российской экономики / М.Ю. Малкина // Финансы и кредит. - 2010. - № 6.- С. 2.

3. Официальный сайт Госкомстата РФ. <http://www.gcs.ru>

4. Сажина М. А. Экономическая теория: Учебник для вузов./ М.А. Сажин, Г. Г. Чи-бриков.-М.: НОРМА,-2002.

УДК 347.772

А.А. Швецова, студентка 611 группы

*Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Бренд, как направление и инструмент дифференциации продукта на отраслевом рынке

Рыночная экономика России развивается сравнительно недавно. Многие рынки товаров и услуг все еще находятся в процессе своего становления. Поведение любой отрасли на рынке определяется целью удержания доли товара на рынке, расширение этой доли или ухода с рынка. Поэтому каждая отрасль осуществляет дифференциацию и совершенствование продукта, отслеживает и при необходимости создает барьеры входа и выхода с рынка. Как показывает практика трудно найти на отраслевом рынке два одинаковых товара не из одной партии. Поэтому одной из основных проблем отраслевой организации рынков является трудность определения различий между товарами и услугами одного и того же отраслевого рынка, т.е. установление степени дифференциации продукции.

Актуальность данной темы состоит в том, что бренд является одним из наиболее эффективных инструментов продвижения продукции и фирмы на отраслевом рынке. Цель работы проанализировать влияние бренда на отраслевых дифференцированных рынках. Установка данной цели обусловила необходимость решения следующих основных задач:

1. Раскрыть сущность и преимущества бренда на отраслевом рынке;
2. Понять какова же роль бренда в современной экономике и сфере услуг;
3. Определить особенности рынка дифференцированного продукта.

Для стран с рыночной экономикой приоритетной целью является устойчивый экономический рост, достижение которого напрямую зависит от эффективности предпринимательской деятельности рыночных субъектов. В условиях жесткой конкуренции, которая существует на многих рынках, для повышения эффективности конкурентной борьбы предпринимателям разрабатываются самые разнообразные инструменты, позволяющие получить

дополнительный шанс в борьбе за потребителя. К одному из таких инструментов относится бренд.

Важной стратегией фирмы на отраслевых дифференцированных рынках является завоевание бренда. Бренд — это конкретное выражение популярности характеристик товара: имиджевых, технических, экономических, и других составляющих стоимость особого материального и нематериального актива.

На отраслевом рынке трудно найти два совершенно одинаковых товара не из одной партии. Товары разных производителей создают разнообразие товаров, которое необходимо учитывать покупателям и производителям. Таким образом, дифференциация продукта предполагает разработку ряда существенных свойств продукта или услуги для создания отличий от товара конкурентов. На практике это происходит в росте числа индивидуализированных продуктов на отраслевом рынке. [2]

В зависимости от того, насколько модифицируются различные свойства продукта, выделяют четыре главных вида дифференциации продукта. Во-первых, отличительной особенностью может стать местоположение магазина (фирмы). Удачно расположенный магазин имеет больше шансов для привлечения покупателей. Во-вторых, существуют различия в качестве продукта. В-третьих, фирма может наладить отличное сервисное обслуживание клиентов. В-четвертых, продукты дифференцируются на основе имиджа товара, который сложился у потребителя. Для создания имиджа производитель различными методами пытается закрепить наилучшее впечатление о своем товаре у клиентов.

Дифференциацию продукта рассматривают как некий факт нашей действительности. С одной стороны, она вызывает расширение разнообразия продуктового предложения. Это приводит к более детальному учету запросов покупателей. Но, с другой — порождает сложности ориентации потребителя в этой товарной группе. Слишком большой выбор вынуждает покупателя либо менее тщательно выбирать товары, либо производить дополнительные затраты на изучение свойств данного продукта. Дифференциация продукта интенсивно развивается тогда, когда уже наметился переход от массового производства однотипных изделий (к индивидуализированному-массовому) производству, способному удовлетворить индивидуальные запросы покупателей

Наличие высокого уровня развития производительных сил, при котором предложение могло бы удовлетворять изменяющийся платежеспособный спрос, является базовым условием дифференциации продукта. Только в том случае, когда существует устойчивое превышение предложения над спросом, можно задаваться целью минимизации предложения и всей системы запасов при 100%-м выполнении поступивших (порой и оплаченных) заказов. Это означает, что достаточные возможности для дифференциации есть не при любом уровне развития производительных сил продукта, а

только при таком, когда производство способно без устойчивого дефицита обеспечить изменяющийся платежеспособный спрос.

Даже незначительная степень дифференциации продукта позволяет производителям устанавливать контроль за ценами. Необходимым условием для повышения цены на дифференцированную продукцию без изменения объемов производства и получения экономической прибыли является признание потребителями наличие у товара отличительных особенностей, за которые он готов заплатить дополнительную цену.

Дифференциация влечет за собой рост разнообразия продуктов на отраслевом рынке, следовательно, расширяет потребительский выбор. Кроме того, она вынуждает потребителей к постоянному отслеживанию изменений в наборе свойств продукта. В каждый конкретный момент бренд обладает определенным имиджем - уникальным набором ассоциаций, которые в настоящий момент существуют в умах потребителей. Эти ассоциации являются определенным обещанием производителя бренда и ее потребителем. Также имидж торговой марки способствует запоминанию и созданию предпочтений и лояльного отношения к ней со стороны потребителей. [3]

Популярность бренда может быть разной, зависящей от успешности «бренд-строительства». Цель такого «строительства» - сильный бренд, обладающий определенной ценностью. Для потребителя бренд - это нечто большее, чем просто продукт, брендированный товар по своей сути - это единство качества, четких отличий и добавленной ценности.

Правообладатель марки бренда обретает дополнительные конкурентные преимущества в реализации своего товара. Бренд способствует продвижению товара на рынке, потому что выполняет способствующие этому функции, а именно:

1. он придает продукции индивидуальность,
2. кратко излагает в ней информацию, необходимую покупателю,
3. гарантирует покупателю, что тот получит то, что ожидает,
4. выделяется на фоне конкурентов и показывает свою уникальность,
5. предлагает больше, чем обычный товар.

Кроме того, бренд оказывает существенное влияние на социально-экономические процессы в стране. *Во-первых*, он способствует дифференциации продукции, то есть у покупателя появляется более широкий выбор товаров, *во-вторых*, стимулирует увеличение денежных поступлений в государственный бюджет, *в-третьих*, является неотъемлемой составляющей экономического роста, как компании, так и страны в целом.

Выполняя функцию рыночного сигнала, бренд является одним из важнейших институтов современной рыночной экономики, выгоды от использования, которого имеют многосторонний характер.

С точки зрения потребителя, положительная роль бренда заключается в том, что он, указывая на конкретные потребительские свойства товаров и

услуг, существенно упрощает процесс их выбора. Однажды попробовав и запомнив марку понравившейся продукции, потребитель имеет возможность не прибегать в дальнейшем к сложной и запутанной процедуре поиска. Упрощение процедуры поиска позволяет потребителю экономить денежные средства и время. Кроме того, необходимость поддерживать репутацию бренда со стороны производителя гарантирует потребителю надлежащий контроль качества продукции.

С точки зрения производителя, бренд является объектом дифференциации продукции, позволяющим выделить продукт предприятия среди товаров-субститутов. Предприятие, дифференцируя свою продукцию, получает определенные полномочия, следовательно, и возможность использования эффективных стратегических и маркетинговых инструментов, проведения гибкой ценовой и рекламной политики. Многочисленные исследования показывают, что товары и услуги, продаваемые под известными брендами, стоят значительно дороже немаркированных аналогов. Таким образом, установление прочных отношений между брендом и потребителем – процесс вполне естественный и закономерный. [1]

Таким образом, вследствие усложняющегося многообразия продуктовой дифференциации бренд превратился в ее надежный инструмент. Учет состояния рынка дифференцированного продукта позволит фирме выстроить наиболее рациональную стратегию ее поведения, а покупателю - занять правильную позицию на рыночном пространстве, с тем, чтобы его выбор необходимого продукта был оптимальным.

Литература:

1. Зотов В.В. Ценность бренда «Маркет ДС Корпарейшен», 2005
2. Поздняков В. Я., Казаков С.В. «Экономика отрасли: Учебное пособие» - М.: ИНФРА-М, 2009.
3. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков «Инфра-М», 2008

УДК 334.722

*А.С. Шилова, А. И. Гуляева, студентки 653 группы
Е.С. Вайс, к.э.н., доцент кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Малое предпринимательство и формирование среднего класса

Средний класс – это уникальное явление в истории мира. Историками и социологами средний класс обозначается, как стабилизатор общества, хотя само понятие зародилось только в XX веке. Специалисты считают, что

чем больше средний класс, тем меньше вероятность социальных и экономических катаклизмов в обществе.

В многочисленных публикациях экономистов по различным вопросам возникновения и развития малого предпринимательства в социально-экономической жизни современного общества отмечается его значение в качестве ключевого «локомотива» экономического прогресса, а также то, что это один из основных источников пополнения среднего класса и является неотъемлемым институтом гражданского общества, частью его культуры в странах с развитой рыночной экономикой.

Целью данного исследования является изучение влияния малого предпринимательства на формирования среднего класса.

Согласно поставленной цели нужно решить следующие задачи:

- Выявить причинно – следственную связь влияния малого предпринимательства на формирования среднего класса.
- Проанализировать развитие малого предпринимательства в Вологодской области.

В целом малое предпринимательство принято рассматривать как двигатель эволюций экономических и более в широком плане социальных отношений. Более того, обладая свойством катализатора позитивных технологических, организационно-экономических и социально-экономических изменений малое предпринимательство оказывает долгосрочное воздействие на динамику всех трансформационных процессов в обществе.

Для России задача формирования среднего класса на основе развития малого предпринимательства остается по-прежнему актуальной в силу целого ряда причин:

а) он является фактором социальной стабильности стран с рыночной экономикой, увеличение его доли в социальной структуре общества будет способствовать сглаживанию социальных противоречий;

б) средний класс является эффективным собственником, поскольку он, как правило, распоряжается и использует собственные ресурсы;

в) он обладает трудовой, творческой и, как правило, производственной мотивацией относительно используемых ресурсов и выбора направлений своей деятельности.

Средний класс - это особый социальный слой, который выполняет определенные воспроизводственные функции в системе общественного разделения труда, характеризуется определенным способом и размером присвоения доходов, имущества и образом жизни. Это производящий класс, имеющий достаточно высокую инновационную и предпринимательскую мотивацию и ориентированный на социальную стабильность в обществе. Он сочетает в себе интересы собственника и работника, поскольку главным фактором успешной реализации собственности представителей среднего класса является их собственная

трудовая и творческая мотивация. Поэтому формирование среднего класса в российском обществе возможно лишь на основе эволюционного развития малого и затем среднего бизнеса.[1]

С течением времени благодаря хозяйственной деятельности субъектов малого бизнеса появляются позитивные тенденции: усиливается созидательная, творческая мотивация в использовании и приватизации государственной собственности, накапливаются собственные ресурсы (материальные, финансовые, информационные, инновационные и др.), являющиеся объектами частной собственности, изменяется уровень доходов и благосостояния предпринимателей и их семей, возрождаются традиции семейных династий предпринимателей и др. Важно отметить, что именно в рамках малого бизнеса собственник максимально реализует свои права - владения, распоряжения, пользования и др.

Малое предпринимательство играет важную роль в развитии экономики государства. С его помощью происходит развитие экономического сектора, создаются дополнительные рабочие места и увеличиваются налоговые поступления в бюджеты всех уровней.

Малое предпринимательство – один из важных секторов экономики, особенно в условиях сильной дифференциации социально-экономического развития регионов. Роль малого предпринимательства наиболее полно раскрывается в выполняемых им функциях. Основные функции малого предпринимательства подразделяются следующим образом:

1. По социальной значимости:

- малое предпринимательство способствует формированию среднего класса, являющегося гарантом политической стабильности и движущей силой рыночной экономики в регионах;
- сглаживает социальную напряженность, снижает остроту социальных проблем в моногородах в период кризисов градообразующих предприятий.

2. По экономической значимости:

- формирует конкурентные отношения, предлагая какой-либо товар равных потребительских свойств по более низкой цене;
- расширяет производство потребительских товаров и услуг в регионе с использованием местных источников сырья и материалов;
- становится новым источником стабильных поступлений в бюджет региона;
- осуществляет новые проекты.

Расширение сектора малого и среднего предпринимательства является одним из наиболее значимых и приоритетных направлений социально-экономического развития Вологодской области.

Деятельность субъектов малого и среднего бизнеса в России регулируется принятым 24 июля 2007 г. Федеральным законом № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской

Федерации», в котором утверждены критерии отнесения предприятия к малому бизнесу, действующие на территории России.

За период с 2008 по 2010 г. число малых предприятий в Вологодской области увеличилось на 24% и составило 53 ед. в расчёте на 10 тыс. чел., или 6428 ед. (в первом полугодии 2011 г. - уже 7990 ед., табл. 1). Число средних предприятий возросло на 15% и в 2010 г. равнялось 202 ед., или 1,6 ед. в расчёте на 10 тыс. чел. (в первом полугодии 2011 г. - 172 ед.). Численность индивидуальных предпринимателей также увеличилась (на 9%) и составила 43,6 тыс. чел. (в первом полугодии 2011 г. - 42,6 тыс. чел.).

В целом число малых и средних предприятий в Вологодской области составляло в 2010 г. около 18% от общего числа организаций региона (для сравнения: в странах ЕС доля организаций малого и среднего бизнеса в общем числе организаций превышает 90%). Число индивидуальных предпринимателей - около 7% от числа занятых в экономике региона (табл. 1).

Таблица 1 - Число субъектов малого и среднего бизнеса Вологодской области

Показатель	2008 г.	2009 г.	2010 г.	1-е полугодие 2011 г.	Темпы роста 2010 г. к 2008 г., в %
Малые предприятия, ед.	6365	6398	6428	7990	124,2
Средние предприятия, ед.	175	200	202	172	115,4
Индивидуальные предприниматели, тыс. чел.	39,8	43,0	43,6	42,6	109,5

Значимость малого и среднего бизнеса для экономики региона подтверждается следующими фактами (согласно официальным статистическим данным за первое полугодие 2011 г.):

- стоимость отгруженных товаров собственного производства, выполненных собственными силами работ и услуг, а также выручка малых и средних предприятий области от продажи приобретённых у других хозяйствующих субъектов товаров составила 69,5 млрд. руб. (20% оборота всех организаций области);

- инвестиции в основной капитал малых и средних предприятий составили 1 млрд. руб., или 3,5% от общего объёма инвестиций в основной капитал по региону;

- численность работников малых предприятий Вологодской области насчитывала 88,2 тыс. чел., средних предприятий - 20,3 тыс. чел. (в сумме - 26% от общей численности работников организаций региона);

- всего в малом предпринимательстве области (включая индивидуальных предпринимателей и их сотрудников) занято более 170 тыс. чел. или 27% общей численности занятых в экономике.

Важным направлением развития малого и среднего предпринимательства является формирование и развитие соответствующей инфраструктуры поддержки.

Под инфраструктурой поддержки малого и среднего предпринимательства в настоящее время исследователями и специалистами понимается:

- совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных и коммерческих организаций, осуществляющих регулирование деятельности предприятий, оказывающих образовательные, консалтинговые и другие услуги, необходимые для развития бизнеса и обеспечивающие среду и условия для производства товаров и услуг;
- совместная деятельность государственных, коммерческих и общественных организаций, которые могут оказать всестороннюю помощь малому и среднему бизнесу;
- совокупность отраслей, предприятий и организаций, входящих в эти отрасли, видов их деятельности, призванных обеспечивать, создавать условия для нормального функционирования производства и обращения товаров, а также жизнедеятельности людей;
- совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных, коммерческих организаций, непосредственно обеспечивающая нормальные условия жизнедеятельности малого и среднего бизнеса в целом;
- система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных или муниципальных нужд при реализации федеральных, региональных, муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих условия для создания субъектов бизнеса, и оказания им поддержки (статья 15 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»). [2]

В настоящее время малое предпринимательство образует главный социальный слой формирующегося в России среднего класса. Количественная оценка доли российского среднего класса должна коррелироваться с динамикой малого предпринимательства. Основным критерием успешности развития рыночных реформ должно быть формирование такой социальной структуры общества, в которой средний класс составляет более половины (а лучше 60-80%) населения. В настоящее время сохраняется актуальность и предпосылки для формирования среднего класса на основе эволюции малого, а затем среднего предпринимательства. Во-первых, уже сформирован социальный слой в обществе, связанный образом жизни и экономическими интересами с малым бизнесом. Во-вторых, имеет место объективная потребность общества и государства в развитии и поддержке субъектов малого предпринимательства в силу обострения целого ряда социально-

экономических проблем. В-третьих, уже сформированы основные элементы инфраструктуры малого бизнеса в России, ориентированные на оказание нормативно-правовой, информационно-консалтинговой, кредитной, бюджетно-налоговой и др. поддержки, которые могут стать институциональной основой развития малого предпринимательства в перспективе. Поэтому можно констатировать наличие необходимых условий для более значительного роста доли среднего класса за счет расширения масштабов хозяйственной деятельности и функции субъектов малого бизнеса в национальной экономике. Однако, недавний экономический кризис поставил в тяжелое положение малое предпринимательство и следовательно формирование среднего класса и ставит новые задачи по поддержки малого бизнеса [1].

Литература:

1. Лапуста М.Г. Малое предпринимательство: учебник/ М.Г. Лапуста. – М.:ИНФРА –М, 2011.
2. Подолякин О.В. Состояние инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства - // Вопросы экономики, 2012, вып.1.

УДК331.3

*В.Ю. Юферов, 323 учебная группа, инженерно-экономический факультет,
Г.В. Григорьев, к.э.н., старший преподаватель кафедры управления
экономической деятельностью в УИС
ФКОУ ВПО «Вологодского института права и экономики ФСИН России»*

Человеческий капитал в инновационной экономике

Актуальность темы работы обусловлена следующими обстоятельствами. Возрастание общественно значимой роли человека в динамических условиях развития информационного общества, основанного на знаниях и восприимчивого к процессу модернизации экономики, актуализирует процессы исследования закономерностей формирования и эффективной реализации трудового потенциала в России. В настоящее время перед экономической страной ставится задача преодоления диспропорций в развитии отдельных ее регионов, включая выравнивание уровня развития социально-трудовых отношений.

Цель работы заключается в рассмотрении теоретических аспектов человеческого капитала в инновационной экономике, степени влияния образования на него и предложении направлений совершенствования системы образования в целом.

Задачи исследования: рассмотреть сущность понятий «человеческий капитал», «инновационная экономика» и «образование»;

- 2) проанализировать роль образования и степень его влияния на человеческий капитал;
- 3) разработать рекомендации по совершенствованию системы образования.

Объектом исследования является человеческий капитал – комплекс производительных способностей человека, которыми обычно считают здоровье, природные особенности человека, уровень его образования и профессионализма, а также трудовую мобильность индивида, которые составляют его структуру [3, С.10].

Инновационная экономика – это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, доброжелательном восприятии новых идей, машин, систем и технологий, готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности. Повышение инновационной активности – важнейшее условие формирования эффективной инновационной экономики. Объективная потребность инновационного развития, становления инновационной экономики требуют разработки новой концепции подготовки кадров.

Можно выделить следующую проблему – это разрастание сферы высшего образования, которая подразумевает под собой то, что среди молодежи растет спрос на получение высшего образования недостаточно высокого качества, но при этом позволяющего с получением диплома об окончании вуза претендовать на более успешное трудоустройство.

Ведущее значение образования обосновано самим определением человеческого капитала, как запаса знаний, навыков и способностей, которые могут использоваться в производственных целях. Личность человека является источником дохода, а возможный уровень доходов зависит от уровня образованности и способностей человека. Поэтому инвестиции в образование человека позволяют прогнозировать увеличение доходов в будущем.

Сфера образования – это сфера стратегических интересов общества, а потому ее состояние и уровень развития являются факторами социального прогресса и хозяйственного роста.

Стремление получить высшее образование подкрепляется стратегией работодателей, которые, будучи неудовлетворенными качеством массового среднего образования, стали требовать от претендентов на рабочие места, предполагающие недостаточно высокую квалификацию работника, дипломов о высшем образовании, хотя объективно такое требование было излишним.

На возросший спрос было получено и соответствующее предложение. В результате получился резкий рост числа вузов, равно как и обучающихся в них студентов и на платной, и на бесплатной основе.

Начиная с 2000-х годов, прием в вузы стал стабильно превышать число выпускников средних школ. При этом в 2000 г. фактически сравнялись величины приема в государственные и муниципальные вузы на бюджетные

и платные места. А в последующие годы число обучающихся на платной основе стало устойчиво превышать число обучающихся на бюджетных местах. В 2006-2007 учебном году доля студентов, обучающихся на платной основе, в общей численности студентов достигла 66% [4, С.39]. Как признал в 2011 г. Министр образования и науки РФ А. Фурсенко, «за последние 10 лет контингент учреждений профессионального образования вырос с 8 до 11 млн. человек, причем в вузах с 4 до 7,5 млн. Однако этот рост не сопровождался увеличением количества квалифицированных преподавателей, да и преподавателей вообще».

Проблема кроется не столько в количественных, сколько в качественных аспектах массового высшего образования, а также в мотивации получающих его студентов.

Разрастание сферы высшего образования порождает на рынке труда рост числа людей, обладающих статусом дипломированных специалистов, но не имеющих возможности применить полученные знания на практике. Причиной тут является не только низкое качество обучения в ряде вузов, но и неспособность экономики предложить молодежи рабочие места, соответствующие полученной в вузе специальности за достойную оплату, равно как и недостаточный учет самими вузами текущих, а главное – перспективных потребностей экономики в тех или иных специалистах [2, С.110].

Само стремление и работодателей, и молодых людей к практически всеобщему высшему образованию как ставшему необходимым условием для занятия рабочего места, часто отнюдь не предполагающего наличия специальных знаний высокого качества (о чем свидетельствует масса выпускников, работающих не по специальности), свидетельствует скорее о глубоком кризисе среднего образования. Именно на этом уровне должны быть получены знания, равно как и общекультурная база, достаточные для труда на значительной части рабочих мест, связанных прежде всего с экономикой индустриальной, сферой услуг и занимаемых сегодня выпускниками вузов. Но недостаток среднеобразовательной подготовки заставляет работодателей ориентироваться на высшее образование соискателей рабочих мест в некоем символическом смысле. Равно как и молодые люди, ощущая нехватку полученных в школе знаний, стремятся к пополнению своего образования в вузах. При этом разрастается число вузов, не способных дать качественные знания, в лучшем случае – подготовить более-менее грамотного специалиста-исполнителя, продолжив уже на более низком качественном уровне тенденцию, отмеченную еще в советский период.

Накопление специфического и общего человеческого капитала производится не только в системе формального образования, но и непосредственно на производстве. Основные факторы, увеличивающие общий человеческий капитал – трудовой стаж, а специфический капитал – стаж работы на определенном рабочем месте. В противоположность формальному образованию, по накоплению капитала на рабочем месте Россия отстает от раз-

витых стран, т.к. значительно опережает их по текучести рабочей силы. Поэтому в западных странах с увеличением возраста цена человеческого капитала увеличивается, соответственно увеличивается и заработная плата. В России уровень зарплаты работника в 30-летнем и в 50-летнем возрасте практически не отличается, что свидетельствует о неизменности цены человеческого капитала.

Пути решения выделенных проблем многообразны:

– следует выделить организацию переподготовки занятого персонала, используя для этого все возможные средства и ресурсы системы образования и находя новые формы. Как простая и срочная мера может быть использована организация спецкурсов по инновационной экономике и по инновационному труду, а в дальнейшем – курсов и практикумов по решению нестандартных задач и работы в условиях неопределенности [1, С. 39].

– государственную политику в области развития человеческого капитала создающую основу для совершенствования работниками профессиональных знаний, умений и навыков в целях обеспечения поступательного социально-экономического развития страны.

Преимущества для реализации в соответствии с формируемой государственной политикой в области развития человеческого капитала должна получить программа, направленная на повышение эффективности инвестиций в качество человеческого капитала.

Инновационный тип экономики требует соответствующего человеческого потенциала нового, инновационного типа. Чем больше возможностей – образовательных, интеллектуальных, информационных и т.д. – будет иметь каждый член общества, тем выше интеллектуальный ресурс всей нации и государства, тем динамичнее темпы роста экономики, тем значительнее возможности общества. Оценки экспертов говорят о том, что увеличение человеческого капитала на один процент приводит к росту производительности труда на 3,81%. Это предполагает, что число лет обучения рабочей силы должно вырасти в среднем всего на полтора месяца [1, С. 61].

Так же следует отметить, что высокие технологии нуждаются в обновлении знаний у большинства специалистов один раз в 5 – 7 лет. В этой связи первостепенное значение приобретает непрерывное образование. Задача формирования мотивации человека к обучению в течение всей жизни становится особенно важной. От успешности ее решения зависят и темпы научно-технического прогресса, и развитие экономики нового типа (экономики знаний), и реализация концепции устойчивого развития общества.

Мотивация к обучению в течение жизни зависит от многих факторов: уровня образования, норм и ценностей, поддерживаемых государством и обществом, от спроса на квалифицированных специалистов, квалификации и личностных качеств преподавателей, используемых образовательных технологий, общей корпоративной культуры образовательного учреждения,

понимания человеком связи собственной профессиональной карьеры и имеющихся знаний.

Это вполне посильная задача при соответствующей мотивации и возможности доступа к образованию. Высокий уровень национального богатства в передовых странах обусловлен, в первую очередь адекватным развитием человеческого капитала при низком уровне обеспеченности природными ресурсами, что определяет основное направление развития и критериальные подходы к оценке его эффективности.

Развитие национальных систем образования становится ключевым элементом глобальной конкуренции и одной из наиболее важных жизненных ценностей. Образовательная система должна вобрать в себя самые современные знания и технологии. Уже в ближайшие годы необходимо обеспечить переход к образованию по стандартам нового поколения, отвечающим требованиям современной инновационной экономики. Сфера образования должна стать базой для расширения научной деятельности. В свою очередь, наука также обладает значительным образовательным потенциалом. Надо оказывать содействие талантливым молодым людям, ведущим активную исследовательскую деятельность, помогать им успешно интегрироваться в научную и инновационную среду.

В среднесрочной перспективе в России наиболее актуальной задачей является воспроизводство совокупного человеческого капитала – как биологического, социокультурного, интеллектуально-образовательного, мотивационного развития населения. Это позволит создать работника нового типа, способного к непрерывному образованию, самоорганизации, поиску и внедрению инновационных технологий, ведению коллективной и самостоятельной профессиональной деятельности, умеющего сочетать личные интересы с общественными. Тем самым будет обеспечиваться социально-экономические условия перехода от ресурсно-сырьевого к постиндустриальному типу общественного развития России и преодолеваться отставание российского общества от развитых стран.

Литература:

1. Лутохина Э.А. Особенности инновационной экономики и проблемы ее формирования / Макроэкономика: социально-ориентированный подход. – Минск: ИВЦ Минфина, 2005. – 400 с.
2. Плискевич Н.М. Человеческий капитал в трансформирующейся России. – М.: Институт экономики РАН, 2012. – 231 с.
3. Попов А.И. Инновационная экономика: учебное издание / А.И. Попов – Тамбов: ТГТУ, 2008. – 20 с.
4. Экономика переходного периода. Очерки экономической политики посткоммунистической России. Экономический рост 2000 – 2007. – М.: Дело, 2008. – 1328 с.

Секция 4 «Актуальные проблемы современного менеджмента и маркетинга»

УДК 331.101

А.Н. Абросимова, М.В. Карась, студентки 634 группы
М.И. Иванова, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Современные тенденции управления человеческими ресурсами в организации

Управление человеческими ресурсами – это современная концепция управления, основу которой составляет совместная деятельность, имеющая многоцелевой характер, обусловленный ее внутренними и межсистемными связями, ценностями включенных в нее людей. Под концепцией управления мы понимаем систему теоретических и методологических взглядов на сущность управления, а также организационно-практические подходы к формированию механизмов ее реализации на современных предприятиях.[1]

Термин «человеческие ресурсы» заимствован из практики американской школы управления персоналом. Понятие «человеческие ресурсы» отражает переосмысление роли и места человека на предприятии, принятие новых положений и правил, введение многими фирмами ряда новшеств в формах и методах кадровой работы. [2]

Для обеспечения своей конкурентоспособности в условиях современной рыночной экономики, организация должна признать важность поиска эффективных форм и методов использования человеческих ресурсов для обеспечения постоянного эффективного развития.

Целью исследования является выявление современных концепций к управлению человеческими ресурсами в организации.

Задачи исследования – дать характеристику основным концепциям управления человеческими ресурсами, определить их различие, привести примеры.

Объектом исследования является наука об управлении человеческими ресурсами.

По результатам исследования актуальных подходов к управлению человеческой стороной современных организаций и предприятий можно выделить три основных концептуальных подхода: экономический, органический и гуманистический подходы.

Экономический подход к управлению дал начало концепции «использования трудовых ресурсов». В рамках этого подхода ведущее место занимает техническая (в общем случае инструментальная, т. е. направлен-

ная на овладение трудовыми приемами), а не управленческая подготовка людей на предприятии. Организация здесь означает упорядоченность отношений между ясно очерченными частями целого, имеющими определенный порядок. В сущности, организация — это набор механических отношений, и действовать она должна подобно механизму: алгоритмизированно, эффективно, надежно и предсказуемо.

Среди основных принципов концепции «использования трудовых ресурсов» можно выделить следующие:

1. обеспечение единства руководства;
2. соблюдение строгой управленческой вертикали — цепь управления от начальника к подчиненному спускается сверху вниз по всей организации;
3. число людей, подчиненных одному начальнику, должно быть таким, чтобы это не создавало проблемы для коммуникации и координации;
4. соблюдение четкого разделения штабной и линейной структур организации - штабной персонал не может осуществлять властных полномочий, которыми наделены линейные руководители;
5. достижение баланса между властью и ответственностью;
6. обеспечение дисциплины;
7. достижение подчинения индивидуальных интересов общему делу с помощью твердости, личного примера, честных соглашений и постоянного контроля;
8. обеспечение равенства на каждом уровне организации, основанного на доброжелательности и справедливости, чтобы вдохновить персонал к эффективному исполнению своих обязанностей; заслуженное вознаграждение, повышающее моральное состояние, но не ведущее к переоплате или перемотивированию. [3]

Органический подход сложился из концепции «управления персоналом» и концепции «управления человеческими ресурсами». Именно органический подход обозначил новую перспективу управления персоналом, выведя данный тип управленческой деятельности далеко за рамки традиционных функций организации труда и зарплаты. Акцентирование внимания на человеческом ресурсе способствовало рождению нового представления об организации. Она стала восприниматься как живая система, существующая в окружающей среде.

Сформулируем следующие принципы органического подхода:

- хранение целого организации в каждой ее части (в подразделении и вплоть до каждого работника);
- создание множественных связей между частями организации (причем избыточные);
- развитие одновременно и специализации персонала, и его универсализации (не забывая о том, насколько все должны знать и уметь делать все);

- создание условий для самоорганизации каждого работника и коллектива в целом.

Привлекательность рассматриваемого подхода усиливалась еще и тем, что стало очевидным: принятие управленческих решений никогда не может быть полностью рациональным. В конечном итоге органический подход, признавая принцип ограниченной рациональности (ограниченной поиском информации и контролем результатов с помощью целей и задач, а не контролем за поведением с помощью правил и программ), фокусируется на следующих ключевых моментах:

- необходимо делать акцент на окружающей среде, в которой живет организация;
- организацию следует понимать в терминах взаимосвязанных внутри- и межорганизационных подсистем, выделяя ключевые подсистемы и анализируя способы управления их отношениями со средой. Популярный способ анализа
- определение набора ключевых потребностей, которые организация должна удовлетворить для собственного выживания;
- между подсистемами необходимо создавать равновесие и устранять дисфункции.

Анализ противоречий, характерных для органического подхода к управлению, позволил автору сформулировать следующие рекомендации, существенные с точки зрения повышения эффективности управления персоналом:

1) Признавая ошибки, допускаемые при действии в сложной среде, неизбежными, следует поощрять у сотрудников такие качества, как открытость и рефлексивность.

2) Поощрять такие способы анализа, которые дают возможность реализации разных подходов к решению проблем.

3) Цели и задачи должны не задаваться сверху, а появляться в процессе работы. В планах указываются скорее ограничения (то, чего нужно избегать), чем то, что конкретно нужно сделать.

4) Подбирать людей, создавать организационные структуры и поддерживать процессы, способствующие реализации этих принципов.

Гуманистический подход. Развивающаяся в последнее время гуманистическая парадигма исходит из концепции «управления человеком» (human being management) и из представления об организации как культурном феномене.

В условиях рыночной экономики корпоративная культура является неотъемлемой частью современного предприятия. Каждый человек должен работать с удовольствием и приносить пользу обществу. Гуманистический подход к управлению персоналом помогает каждому человеку работать с удовольствием и приносить пользу обществу. Согласно этому подходу культура рассматривается как процесс, который позволяет людям понимать

события и ситуации определенным образом и делать выводы своей собственной поведении. Гуманистический подход сосредоточен на моральной стороне управления, о которой не говорится и других подхода.[4]

Влияние культурного контекста на управление персоналом сегодня представляется вполне очевидным. Например, в Японии организация рассматривается не как рабочее место, объединяющее отдельных работников, а как коллектив. Для такой организации характерны дух сотрудничества, взаимозависимость; пожизненный наем превращает организацию в продолжение семьи; между начальниками и подчиненными устанавливаются доверительные отношения.

Гуманистический подход в управлении человеческими ресурсами представляет собой известный компромисс между двумя направлениями кадровой науки — управлением персоналом и управлением человеческими ресурсами.

Гуманистический подход фокусируется на собственно человеческой стороне организации, о которой мало говорят другие подходы.

Важнейшей составляющей гуманистического подхода к управлению «человеческой стороной» современных предприятий и организаций является теория человеческого капитала, согласно которой понятие человеческий капитал – это имеющийся у каждого запас знаний, навыков, мотиваций. Инвестициями в него могут быть образование, накопление профессионального опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, поиск информации. Первоначальные интересы исследователя заключались в оценке экономической отдачи от образования. [1]

В управлении человеческими ресурсами характерно рассмотрение персонала как одного из важнейших ресурсов организации, необходимого для достижения всех ее целей, в том числе стратегических. Сотрудники - важнейшее достояние организации, которое надо сохранять, развивать и использовать для успеха в конкурентной борьбе. От характера персонала непосредственно зависят экономические и другие возможности организации. Поэтому к персоналу необходим комплексный подход с точки зрения всей организации как системы. При этом любые управленческие решения должны учитывать человеческий аспект, т.е. возможности людей и влияние на персонал.

Литература:

1 Старикова Т. А. Становление концепции управления человеческими ресурсами и деятельностный подход / Т. А. Старикова // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2007. № 1. С.85-91.

2 Сироткина Н.В. Современные аспекты управления человеческими ресурсами на предприятии / Н.В. Сироткина // Научный журнал «Современная экономика» 2012 №4. С.72-75.

3 Гутнов Р. Р. Современная концепция управления человеческими ресурсами. - Социум, 2007 - 43 с.

4 Шевчук Д. Управление человеческими ресурсами. Учебное пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013 - 781 с.

УДК 658.310

*О.Р. Андриенко, студентка 323 группы
инженерно - экономического факультета*

*А.А. Кольев, к.э.н., доцент кафедры управления
экономической деятельностью в УИС*

ФКОУ ВПО «Вологодского института права и экономики ФСИН России»

Анализ и совершенствование системы мотивации вольнораемного персонала учреждений УИС

Путь к эффективной профессиональной деятельности человека лежит через понимание его мотивации. Только зная то, что движет человеком, что, побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления им. Для этого нужно знать, как возникают или вызываются те или иные мотивы, как и какими способами мотивы могут быть приведены в действие, как осуществляется мотивирование людей.

Актуальность работы заключается в том, что в современных условиях государство ставит задачу повышения эффективности исполнения наказаний. Несмотря на то, что уголовно - исполнительная система представляет собой огромный комплекс учреждений (следственных изоляторов, тюрем, колоний, уголовно - исполнительных инспекций) и обладает мощным производственным сектором, основным ресурсом являются сотрудники. Преобразования, коснувшиеся пенитенциарной системы, связаны с общей политикой государства и в целом имеют большой положительный потенциал.

Целью работы является анализ и совершенствование системы мотивации вольнораемного персонала учреждений УИС.

Объектом исследования является вольнораемный персонал учреждений УИС.

Задачи, которые необходимо решить:

- 1) дать определение мотивации вольнораемного персонала.
- 2) выявить причины снижения мотивации у вольнораемного персонала в УИС;
- 3) найти пути решения для повышения мотивации гражданских служащих в системе.

Итак, мотивация вольнораемного персонала — один из способов повышения производительности труда вольнораемных работников. Мотива-

ция труда персонала является ключевым направлением кадровой политики любого предприятия. Наиболее эффективной системой мотивации сотрудников, является «мотивация на результат», которая дает возможность работникам получать и увеличивать доход в четкой зависимости к приложенным усилиям. «Мотивация на результат» аттестованного сотрудника намного выше, чем гражданских работников в системе УИС, поскольку привилегий для аттестованных служащих намного больше, поэтому они намного сильнее боятся потерять работу, либо нарушить условия заключенного контракта.

Также следует заметить, что аттестованных служащих в сравнении с вольнонаемным персоналом в одном учреждении гораздо больше. А ведь организации гораздо выгоднее на работу принимать гражданских служащих, потому как оплата труда их гораздо ниже аттестованных сотрудников, а квалификация и опыт их во многих случаях выше. Вознаграждение за труд вольнонаемных работников в системе УИС включает:

1. Постоянную, своевременную оплату труда, которая осуществляется на основе Единой тарифной сетки по оплате труда работников федеральных бюджетных учреждений.

2. Выплаты компенсационного характера, применяемые для гражданского персонала уголовно-исполнительной системы. Осуществляются в пределах средств, ежегодно утверждаемых в установленном порядке на оплату труда, занятым на тяжелых работах, работах с вредными и (или) опасными и иными особыми условиями труда. Работникам учреждений, исполняющих наказания в виде лишения свободы, в зависимости от вида учреждений, характера и сложности выполняемых работ, должностные оклады увеличиваются (в процентах). Так например, в следственных изоляторах, тюрьмах, исправительных колониях, колониях-поселениях, лечебных исправительных, лечебно-профилактических учреждениях, воспитательных колониях оклад увеличивается на 50 процентов [2].

3. Выплаты стимулирующего характера, выплачиваемые гражданскому персоналу уголовно-исполнительной системы. Вольнонаемному работнику может быть установлена надбавка к должностным окладам (ставка) за сложность, напряженность, высокие достижения в труде и специальный режим работы.

Надбавка устанавливается приказом руководителя учреждения с указанием конкретного размера на определенный период (не более чем на один год) в пределах фонда оплаты труда гражданского персонала и максимальными размерами не ограничивается. Так например, работникам, владеющим иностранными языками и повседневно применяющим их в практической работе, решением руководителя может устанавливаться надбавка за знание одного языка в размере 10 процентов, за знание двух и более языков - 15 процентов оклада (ставки) [3].

3. Ежегодно оплачиваемый отпуск основной, а также дополнительный за сложность работы.

4. Предоставление компенсации за работу сверх установленной законом продолжительности рабочего времени, в выходные и праздничные дни и за работу в ночное время. Работа в сверхурочное время оплачивается за первые два часа не менее чем в полуторном размере, за последующие часы - не менее чем в двойном размере часовой ставки [1].

Тем не менее существует ряд причин, по которым у вольнонаемного персонала снижается мотивация к работе в УИС:

1) Разница в денежном довольствии между аттестованным и вольнонаемным персоналом. Так как аттестованный сотрудник в системе в разы больше получает оплату труда за должность, за звание и за стаж.

2) Чрезмерное вмешательство в работу вольнонаемного сотрудника со стороны непосредственного руководителя, потому как постоянный контроль мешает сконцентрироваться на выполнении служебных обязанностей. Как правило, аттестованному сотруднику гораздо больше доверия со стороны руководства, поэтому вышестоящий начальник гораздо чаще проверяет работу вольнонаемного сотрудника.

3) Отсутствие психологической и организационной поддержки при работе с осужденными. Когда человек проходит первую аттестацию, поступая на службу, он психологически готов столкнуться с трудностями, связанными при работе с осужденными. Вольнонаемный же персонал не сразу готов вступить в беседу со спецконтингентом, так например, работа психолога или соц. работника требует непосредственного общения с осужденными.

Эти причины вызывают у гражданского работника снижение мотивации к работе в уголовно - исполнительной системе.

С целью повышения мотивации вольнонаемного персонала в УИС мы предлагаем следующие направления:

1) Установление дополнительных вознаграждений, премий за результативную работу, предоставление дополнительных дней к отпуску, вручение грамот, благодарностей.

2) Предоставление вольнонаемному сотруднику право принимать самостоятельные решения, необходимые для выполнения поставленной задачи, то есть должна существовать автономия (в установленных пределах).

3) Подготовка вольнонаемного персонала к работе со спецконтингентом. До начала работы с осужденными проводить комплексную проверку гражданских служащих в УИС о готовности приступить к работе, дополнительно проводить тестирования о способности психологически нормально воспринимать сложившуюся обстановку на рабочем месте, возможно раз в полгода осуществлять беседы с психологом дополнительно (так как более частые беседы будут служить дополнительной причиной снижения мотивации вольнонаемного персонала).

Таким образом, предложенные пути решения выявленных проблем позволяют повысить мотивацию вольнонаемного персонала к работе в уголовно - исполнительной системе.

Литература:

1. Приказ Министерства юстиции РФ от 13 ноября 2008 года № 624 «Об утверждении новой системы оплаты труда гражданского персонала федеральных бюджетных и казенных учреждений уголовно-исполнительной системы».

Информационные ресурсы

2. Официальный сайт Минюст России www.minjust.ru

3. Официальный сайт ФСИН России www.gufsin.spb.ru

УДК 659.1.01.44

А.С. Багрушина, студентка 643 группы

*А.В. Смирнов, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Роль рекламы в бизнесе и обществе

Актуальность выбранной темы заключается в том, что условиях современного экономического рынка, века жестокой конкуренции предприятий важным направлением их деятельности является изучение рынка, проведение маркетинговых исследований - обеспечение рекламной деятельности данных предприятий.

В настоящее же время реклама, являясь постоянным спутником человека, каждодневно воздействуя на него, играет существенную роль в жизни человеческого общества. Эта роль не ограничивается ни рамками средств массовой информации. Особенно велико значение рекламы в областях экономики и общественной жизни. Можно отметить так же ее образовательную и эстетическую роль. Задача рекламы в современной рыночной экономике доведение товаров от производства до населения, формирование спроса на них с учетом социально-демографических особенностей отдельных групп потребителей с целью побудить к приобретению тех или иных товаров и услуг.

Актуальность исследования определила цель и задачи статьи:

Цель исследования – рассмотреть характеристику и роль рекламы.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить понятие рекламы, виды рекламных услуг.
2. Провести анализ и дать оценку эффективности рекламы.
3. Выявить и проанализировать роль рекламы.
5. На основе проведенного исследования сделать выводы.

Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования. Среди тратящих деньги на рекламу не только коммерческие фирмы, но и музеи, фонды и различные общественные организации, стремящиеся рекламировать свои цели перед различными аудиториями.

Различают экономическую, коммуникативную и социальную эффективность рекламы. Под экономической эффективностью рекламы понимают результат рекламной кампании предприятия, который выражается в улучшении показателей финансово-экономической деятельности фирмы, в том числе в росте объемов реализации продуктов и услуг, увеличении прибыли, расширении занимаемого сегмента рынка и т.п. Экономическую эффективность рекламы определяют как отношение получаемой дополнительной прибыли к затратам на рекламу. Эта эффективность рекламы напрямую зависит от степени ее психологического воздействия на человека, т.е. от коммуникативной эффективности. Коммуникативная эффективность рекламы характеризуется степенью привлечения внимания потенциальных клиентов, яркостью и глубиной их впечатлений, запоминаемостью рекламных обращений. Такая оценка актуальна как до выбора окончательного варианта рекламного обращения (предварительные испытания), так и после проведения рекламных мероприятий (последующий анализ). Предварительный анализ направлен на снижение степени неопределенности и риска, связанного с проведением рекламной кампании фирмы. Это своего рода тестирование рекламного обращения. Проведение такого исследования необходимо для выявления ряда параметров (характеристик) рекламного сообщения.

В частности, оно позволяет выяснить:

- идентифицирует ли потенциальный клиент рекламное обращение с конкретным рекламодателем, то есть с конкретной фирмой;
- правильно ли клиент расшифровывает рекламное сообщение и улавливает его смысл;
- достаточен ли уровень аргументации рекламного сообщения, и может ли предполагаемый клиент ему доверять;
- вызывает ли рекламное обращение благоприятные ассоциации, интерес и желание приобрести товар или услугу;
- достаточна ли степень привлекательности и запоминаемости рекламного сообщения.

Для коммуникативного анализа рекламных сообщений можно (использовать специальные методы, в том числе следующие: методы Гэллапа-Робинсона и Старча, метод купонов, и др.) Методы Гэллапа-Робинсона и Старча позволяют оценить запоминаемость рекламы посредством опроса клиентов через несколько дней после показа рекламного ролика. Метод купонов заключается в том, что в рекламное сообщение, опубликованное в

газете или журнале, включается купон на некоторые льготы (например, на скидку). По числу поступивших купонов можно оценить сравнительный эффект от размещения обращений в различных средствах массовой информации. Например, при использовании рекламы в журналах и газетах продуктовые или косметические магазины часто используют в своей практической рекламной деятельности метод купонов, так как он не требует вложений дополнительных средств, для его проведения не нужна специальная подготовка работников и он достаточно прост. Все остальные методы исследования эффективности рекламы предполагают разработку дополнительных методических материалов, например анкет, тестовых заданий и т.п., поэтому их использование ограничено. Социальная эффективность рекламы связана с формированием новых потребностей, совершенствованием вкусов, искоренением вредных привычек и т.п. Социальную эффективность рекламы сложно измерить, но ее влияние на общество и целевую аудиторию несомненно, и его надо учитывать.

Оценка эффективности рекламной деятельности предприятий требует достаточно много усилий, средств и высокой компетентности персонала. Тем не менее, относительную эффективность можно установить следующим образом. Во-первых, соотношением объемов продаж продукта (в денежном выражении) или прибыли до и после проведения рекламной кампании и затраченной на нее суммы. Во-вторых, изменением процента информированности заданной рекламной аудитории о рекламодателе, его товарном знаке, продукции и услугах. В последнем случае эффективность рекламы оценивается тем, насколько она выполняет свою информационную функцию. Часто для оценки эффективности рекламной кампании используют способ опроса по телефону. При общении с клиентом по телефону ему задается вопрос о том, откуда он получил информацию о фирме и ее продуктах. Затем осуществляется обработка полученных данных и выявляется наиболее эффективный рекламный источник. Однако при таком методе следует учитывать пропускную способность телефонных каналов, используемых в фирме. Объективные данные можно получить тогда, когда нет потери недозвонившихся клиентов. Многоканальные телефоны обеспечивают высокий уровень дозвона. При использовании способа опроса по телефону важно проследить количество звонивших в динамике. Как справедливо отмечает чешский специалист по рекламе В. Ганзл, в обоих этих подходах к оценке эффективности рекламной деятельности содержится рациональное зерно и их не следует противопоставлять друг другу. Реклама является лишь одним из инструментов, оказывающих воздействие на объемы реализации товаров, услуг, поэтому оценку эффективности рекламной деятельности следует производить с учетом всего комплекса условий реализации, охвата всех факторов.

Развитие мирового рынка, конкуренции по-новому ставит вопрос о месте и роли рекламы. По мере развития товарного производства возраста-

ет её экономическая роль, благодаря которой потребитель отдаёт в условиях выбора предпочтение какому-либо товару, тем самым, ускоряя процесс купли-продажи, оборачиваемость капитала. Правильно организованная рекламно-информационная деятельность в условиях рынка оказывает влияние не только на экономическую систему в целом, но и на отрасли, предприятия, отдельных потребителей. Она сообщает огромным массам людей сведения о предполагаемых новых и уже имеющихся товарах, играет большую роль в развитии экономики и является её важным элементом. К примеру, реклама Volvo : Vitruvian Man. Индивидуальность бренда заключается в концепции безопасности с научной точки зрения. В рекламе используются знаки: указатели , детали интерьера-экстерьера автомобиля. Лейтмотив плаката – обращение к культурно значимому образцу, «Витрувианскому человеку» Леонардо да Винчи. Апелляция к нему важна как с точки зрения переноса смысла идеальных пропорций сотворённого Богом человека на сотворённый людьми автомобиль Volvo, так и с точки зрения акцента на европейской культуре. Композиция точно такая же, как и на оригинальном рисунке да Винчи, цвет используется как средство стилизации под рисунок. Стыль обращения к зрителю претенциозный и задаётся статусом работы да Винчи: это и произведение искусства, и научный труд. В рекламе нет людей, поэтому структурный анализ к ней неприменим.

Важнейшее условие эффективной предпринимательской деятельности - это создание и производство новых конкурентоспособных товаров.

Таким образом, реклама формирует новые потребности. Если производителя лишить такой эффективной связи с потребителями, какой является реклама, то его стимул вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров снизится, стремление к развитию, конкуренция в предпринимательстве станут уменьшаться.

Но нельзя считать рекламу средством от всех бед. Востребованная реклама требует грамотного, целенаправленного подхода. Реклама эффективна лишь в том случае, если она включена в общий процесс создания продукции и ее продвижения к покупателю. Разрозненные, эпизодические рекламные мероприятия недостаточно эффективны, потому что потребители теряют интерес.

Характерной чертой современной рекламы является приобретение ею новой роли в результате вовлечения в процесс управления производственно-сбытовой деятельностью промышленных и сервисных фирм. Суть новой роли рекламы в том, что она стала неотъемлемой и активной частью комплексной системы маркетинга, уровень развития которой определяет качество и эффективность информационной деятельности производителя и ее соответствие новым требованиям мирового рынка.

Реклама играет огромную роль в сохранении и упрочнении позиций фирмы на рынке. Это важнейшая составная часть комплекса маркетинговых мероприятий, своеобразный информационный выход на потребителя.

При правильной организации она очень эффективна и способствует быстрой бесперебойной реализации производимой продукции. Но для того, чтобы реклама работала, нужно продумать стратегию рекламной кампании. К сожалению, отмечая положительную сторону рекламы в современном обществе, нельзя не упомянуть о её отрицательной роли, проистекающей из-за непрофессиональной, некорректной работы рекламистов.

Таким образом, следует общий вывод, что роль рекламы в современном обществе высока. Исходя из этого, с одной стороны очевидна необходимость создания механизмов общественного и государственного контроля рекламной деятельности. С другой стороны, те же процессы требуют осознания рекламистами степени своей социальной ответственности. Саморегулирование рекламного бизнеса становится необходимым фактором гармонии между рекламой и обществом. В этой связи возрастает значение овладения рекламистами знания о роли рекламы в современном обществе и принципах формирования поведенческих установок в данной сфере профессиональной деятельности.

Литература:

1. Котлер Ф. Маркетинг
2. Савельева С. Журнал «Рекламные коммуникации», 2012 № 4, с.43-47

УДК 339.138:664.2

А.А. Вагнерите, студентка 644 группы

*М.И. Иванова, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Исследование потребительского спроса на чипсы на рынке г.Вологды

Пионерами в создании чипсов (и прочих снеков) стали американцы. Считается, что чипсы случайно придумал Джордж Крам, индеец по происхождению. 24 августа 1853 года, на курорте Саратога-Спрингс (США), работая шеф-поваром фешенебельного ресторана гостиницы Moon's Lake Lodge. По легенде, одним из фирменных рецептов ресторана Moon's Lake Lodge был «картофель фри». Однажды на ужине железнодорожный магнат Вандербильт вернул жареный картофель на кухню, пожаловавшись на то, что он «слишком толстый». Шеф-повар, Крам, решил подшутить над магнатом, нарезал картофель буквально бумажной толщины и обжарил. Но блюдо понравилось магнату и его друзьям. Рецепт прозвали «Чипсы Саратога». Через некоторое время чипсы стали самым популярным фирменным блюдом ресторана. [2]

В 1932 году Херман Лэй учреждает в Нэшвилле, штат Теннесси, марку Lay's, которая стала первым национальным брендом чипсов, дожившим до наших дней. [5], [6], [1]

Великое множество чипсов, хлопьев, флипсов, палочек, орешков, взорванных зерен, мелкого печенья и даже сухих фруктов - это все снеки. Они уже более 100 лет занимают прочное место в питании жителей Северной Америки, а с поднятием «железного занавеса» хлынули необъятным потоком и на наш рынок. Как и многие западные продукты, снеки быстро прижились в нашей стране. Это популярный продукт среди молодёжи. Этим и обуславливается актуальность исследования. Интересно узнать, как часто студенты и школьники покупают чипсы, какие вкусы популярнее всего, на какие продукты покупатели могут заменить этот вид снеков.

Объект исследования – ассортимент чипсов, присутствующий на рынке г.Вологды.

Цель данной работы заключается в анализе рынка чипсов в г.Вологда и выработке рекомендаций для производителей и продавцов этого товара.

Задачи научной работы:

Изучить, какие марки и виды чипсов присутствуют на рынке г.Вологды;

Выявить предпочтения потребителей по различным критериям (вкус, марка, размер пачки);

Рассчитать эластичность спроса по цене;

Дать рекомендации производителям чипсов.

Маркетинговое исследование проводилось в течение недели среди студентов и учеников старших классов школы №11. Респондентами стали 50 человек. Что касается их характеристики, то это студенты и школьники старших классов, то есть слой населения с низкими доходами или доходами ниже среднего уровня. Их финансовое положение обусловлено постоянной учебной занятостью (школа или очная дневная форма обучения).

Анкета состоит из 15 вопросов. Она анонимная, не требует личной информации от респондента. В так называемую «паспортичку» включены лишь первые два вопроса: о поле и возрасте. Остальные вопросы направлены на получение данных об основных местах приобретения чипсов, вкусовых предпочтениях потребителей, частоте покупок, факторах, влияющих на спрос, а так же 2 открытых вопроса, касающихся изменения цены и последующего изменения спроса на чипсы. Анкетирование проводилось в течение недели среди заявленных респондентов. Анкеты выдавались лично и заполнялись тут же, и только 2 анкеты получены заполненными через социальную сеть «В контакте».

Потребителями чипсов являются подростки и молодёжь до 25 лет. Это доказано маркетинговым исследованием. После обработки данных выяснилось, что 78% респондентов указали возрастной диапазон 18-25 лет.

22% - школьники, остальные – студенты. Эта часть общества характеризуется низким уровнем дохода или ниже среднего.

Самым популярным местом покупки являются супермаркеты. Им досталось 82% голосов. Значительно уступают им обычные розничные магазины – 18%. Это связано с изменившимися привычками современных покупателей. Теперь гораздо удобнее и привычнее самим выбрать товар, чем принять его из рук продавца на кассе.

Ценовой фактор на самом деле не так влияет на выбор потребителя. Самым значимым критерием является вкус чипсов. Это отметили 35 человек, то есть 70% опрошенных. Цену выбрали 16 человек (32%), а марку чипсов – 10 человек (20%).

Основными конкурентами являются марки:

- Lays
- Estrella
- Pringles
- Cheetos
- Московский картофель
- Вологодские чипсы

По результатам исследования бесспорным лидером является марка «Lays» - 36 голосов (72%), на втором месте Estrella с 14 голосами (28%), одинаковое число голосов набрали Pringles и Cheetos (по 5 голосов, соответственно по 10%), на предпоследнем месте «Вологодские чипсы» с 4 голосами – 8%, а последний голос у «Московского картофеля». Такие результаты обусловлены тем, что первые 4 фирмы существуют достаточно давно и уже известны вологодским потребителям, а «Московский картофель» появился не так давно, да и название явно столичное.

44% (22 чел.) обычно покупают маленькую пачку чипсов (40 г), а 56% - большую (т.е. 100-150 г). Как оказалось, это связано с целью покупки, так как большая часть опрошенных приобретает чипсы для себя и компании друзей (60%, или 30 чел. против 40% - просто для себя).

За 1 раз 84% респондентов покупают 1 пачку чипсов, оставшиеся 16% могут взять 2 упаковки.

Что касается цены за одну упаковку, то 38% (19 чел.) тратят на это до 50 рублей, 34% - до 80 рублей, и по 14% - до 25 рублей и до 110 рублей. Средняя цена за пачку чипсов составляет 35-45 рублей, что подтверждается ответами респондентов. Это оптимальная цена за упаковку чипсов для студентов и школьников.

В число соревнующихся между собой вкусов вошли: сыр, бекон, сметана и зелень, краб, малосольные огурчики, кетчуп, сметана и белые грибы, красная икра, лосось в сливочном соусе, укрои и с солью. Самым популярным вкусом можно назвать «Сметану и зелень». Вероятно, в нём меньше всего пищевых добавок на фоне других вкусов, и вообще этот вкус достаточно нейтрален (не резкий, не слишком солёный). Уступает «Сметане»

«Сыр», он на втором месте по популярности. На третьей строчке расположился «Краб». Этот вкус появился не так давно, достаточно экзотичен, чем и можно объяснить его покупаемость.

На возможное понижение или повышение цены на чипсы на 30% респонденты в большинстве своём ответили, что это не повлияет на частоту покупок. По результатам анкетирования основная часть покупателей приобретает 1 пачку чипсов в месяц. В результате расчётов получилось, что на чипсы - абсолютно неэластичный спрос: как бы ни изменялась цена товара, в данном случае спрос на него постоянным (одинаковым); коэффициент ценовой эластичности равен нулю. [3], [2]

Основным конкурентом чипсов являются сухарики (33,3%), семечки (22,8%) и поп-корн(15,8%). Неудивительно, учитывая, что эти товары относятся к снековой продукции, значит, изначально являются взаимозаменяемыми. Ещё вместо чипсов потребители готовы приобрести шоколад(3,5%, 2 голоса), конфеты(1,7%, 1 голос), фрукты(5,2%, 3 голоса), мороженое(1,8%, 1 голос), йогурт(1,8%, 1 голос) или вовсе уйти без покупки(5,3%, 3 голоса).

О вреде чипсов знают 88% респондентов, 4% - не знают и 8% не задумывались. А зря, ведь потребление чипсов в большом количестве влечёт тяжёлые последствия. В чипсах содержатся трансизомеры жирных кислот, доля которых может достигать 30-50 %. Они нарушают иммунитет человека, увеличивают риск развития диабета, онкологических заболеваний, снижают количество тестостерона, нарушают обмен простагландинов (регулирующих множество процессов в организме и находящихся практически во всех тканях и органах), нарушают работу цитохром с-оксидазы -главного фермента, обезвреживающего канцерогенные и некоторые лекарственные токсины. Так же в чипсах содержится акриламид (2-пропенамид), наравне с другими крахмалистыми продуктами, подвергавшихся тепловой обработке (например жареном картофеле, хлебе), но не при варении. Это токсичное вещество, поражающее, в основном, нервную систему, печень и почки, возможный канцероген, в виде порошка это вещество может приводить к расстройству нервной системы (потение, слабость конечностей, потеря веса). Гидрогенизированный жир, который накапливается в чипсах, способствует образованию "плохого" холестерина, который является причиной развития атеросклероза, тромбозов и других опасных заболеваний. В процессе производства чипсы так пропитываются жиром, что, съев небольшой пакетик, мы получаем около 30 г такого жира. А что уже говорить о больших порциях чипсов.

Встречаются производители, которые для приготовления чипсов используют настоящий картофель. Однако он чаще всего генномодифицированный, поскольку он имеет ровные, большие и неповрежденные клубни – ведь его не едят вредители. Для жарки картофельных чипсов также используют дешевый жир.

При таком процессе обжаривания картофеля все его полезные свойства разрушаются, и проявляются такие свойства, как канцерогенные.

[4], [3]

Факторы, оказывающие влияние на объём продаж чипсов:

- спортивные события, особенно крупные футбольные соревнования. Надо признать, что не только в России, но и в других странах чипсы являются закуской к пиву и пивным напиткам, а эти продукты неизменно покупаются к просмотру спортивных трансляций.

- участие в рекламной акции известного лица (например, Андрей Аршавин).

- Сезонность. Летом у школьников и студентов каникулы, они больше времени проводят с друзьями и на отдыхе, поэтому продажи наверняка вырастают.

- расширение ассортимента и выпуск такого вкуса, которого нет у конкурентов, повышает уровень продаж.

Что касается цены, то производителям нет смысла её понижать – это товар неэластичного спроса. Есть возможность даже повысить цену – на продажах это не отразится, а прибыль увеличится.

Производителям можно порекомендовать:

- заняться «оздоровлением» продукции: стараться уменьшить содержание вредных элементов в чипсах, заменить красители на натуральные добавки;

- продолжать привлекать знаменитостей для рекламы их продукта;

- стать членом какого-нибудь фонда по поддержке детей, дикой природы и т.д., информируя об этом потребителей на упаковке чипсов. Такой метод есть у косметической компании Oriflame, которая с каждого проданного продукта перечисляет деньги на восстановление лесов Европы;

- сделать упаковку более экологичной: либо из переработанного сырья, либо из материалов, которые разлагаются быстрее и безопаснее для окружающей среды.

Рынок снеков (и чипсов, соответственно) был слабо развит в СССР. Ассортимент резко расширился после открытия российского рынка для иностранных компаний. С тех пор чипсы стали обязательным товаром на прилавках и в супермаркетах, потому что привлекают покупателей вкусовыми качествами и удобством (не нужно готовить).

Технология приготовления чипсов обязательно включает тепловую обработку, во время которой все полезные свойства картофеля в основном исчезают, а консерванты придают лишь вкус, но не пользу.

В связи с насыщенностью чипсов жирами, кислотами и консервантами возникает опасность употребления чипсов для здоровья человека.

По результатам анкетирования основными покупателями чипсов являются молодые люди в возрасте до 25 лет. Популярное место покупок – супермаркет. В основном покупают 1 упаковку большого размера. Лидером

продаж остаётся марка «Lays» со вкусом «Сметана и зелень». Именно вкус чипсов является решающим фактором в выборе покупателей. В результате обработки анкет можно сделать вывод, что чипсы – товар с абсолютно неэластичным спросом.

Производителям следует обратить внимание на снижение «вредности» чипсов. Можно заняться и упаковкой: более экологичная упаковка может быть дешевле фольги и полиэтилена.

Чипсы «Lays» являются лидерами продаж, так как сочетают в себе широкий ассортимент и приемлемую цену. Конкурентам можно подумать не столько над ценовой политикой, сколько над расширением ассортимента.

Литература:

1. «Equipment – издание о бизнесе и технологиях» http://www.equipnet.ru/articles/tech/tech_41.html
2. Иванова Т. Н. Товароведение и экспертиза пищевых концентратов и пищевых добавок: Учебник для студ. высш. учеб. заведений / Т.Н. Иванова, В.М. Позняковский. - М.: издательский центр «Академия», 2004. - 304 с.
3. «Современная экономическая теория», статья «Эластичность спроса по цене. Концепции эластичности спроса по доходу и перекрестной эластичности спроса» - <http://modern-econ.ru/micro/gynok/elasticnost/spros.html>
4. Статья «Правильное питание» - <http://www.allwomens.ru/5875-vrednoe-vliyanie-chipsov-na-organizm-cheloveka.html#sel=>
5. Статья «Товарные знаки»; Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности». - http://www1.fips.ru/wps/portal/IPC/MKTU9_RTF/
6. «Товарная матрица»— независимый Интернет-каталог рынка товаров массового спроса для потребителей и профессионалов - <http://www.goodsmatrix.ru/goods-catalogue/Snack-foods/Crips-chips.html>
7. Харинов П.Д. Технология производства чипсов// Журнал «Переработчик», 2005-№12

УДК 658.3

*И.В. Востриков, студент четвёртого курса
А.А. Кольев, к.э.н., доцент кафедры управления
экономической деятельностью в УИС*

ФКОУ ВПО «Вологодского института права и экономики ФСИН России»

Привлечение института наставничества к управлению адаптацией молодого сотрудника в период испытательного срока

Адаптация молодого сотрудника представляет собой социально-психологический процесс включения его в коллектив сотрудников компании, приспособления и привыкания к характеру, режиму и условиям труда, приобретения и закрепления интереса к работе, овладения начальными основополагающими профессиональными знаниями и умениями, накопления трудового опыта, формирования необходимых профессиональных качеств сотрудника, налаживания деловых и личных контактов с коллективом, включения в общественную деятельность, повышения заинтересованности не только в личных достижениях, но и в достижениях коллектива.

Актуальность исследования обусловлена тем, что эффективность работы любой организации напрямую зависит от квалификации ее персонала, иными словами упущения в работе, срывы контрактов, а так же снижение производительности тесно связаны с недостатками в кадровом обеспечении её деятельности. Поэтому на самом раннем этапе следует управлять процессами вхождения молодого сотрудника в коллектив организации. Однако на практике в компаниях довольно редко уделяется внимание адаптационным процессам, «акклиматизации» новых сотрудников. Как правило, происходит стихийная адаптация нового сотрудника на рабочем месте, без каких-либо адаптационных программ.

Решением ряда кадровых вопросов может стать принятие в организации программы первичной трудовой адаптации молодого сотрудника, курировать которую должен наставник.

Целью работы является изучение теоритических и практических аспектов привлечения института наставничества при управлении системой первичной трудовой адаптации молодых сотрудников в период испытательного срока.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

– раскрыть сущность трудовой адаптации и выявить особенности первичной трудовой адаптации молодого сотрудника в период испытательного срока;

– разработать предложения по совершенствованию системы первичной трудовой адаптации.

Объектом исследования выступает система управления адаптацией в период испытательного срока.

В работе использованы следующие методы: монографическое исследование, изучение периодической печати и законодательства.

Отсутствие планомерной и последовательной работы по обеспечению оптимальных условий для первичной адаптации сотрудника может привести к его увольнению в период испытательного срока или в течение первого года работы, к низкой эффективности и качеству исполнения должностных обязанностей и служебной деятельности в целом.

Процесс управления адаптацией призван обеспечить достаточно быстрое и бесконфликтное вхождение работника в новый для него коллектив сотрудников, в новую трудовую деятельность. Правильно организованный процесс адаптации позволяет уменьшить у нового сотрудника стресс от попадания в незнакомую среду, вызвать у него доброжелательное отношение к подразделению, в кратчайшие сроки добиться его эффективной работы и снизить вероятность увольнения. Важно, чтобы с самых первых дней работы человек осознал свою причастность к общему делу, органично вошел в корпоративную культуру организации, почувствовал себя комфортно.

Сегодня основным средством воспитания и обучения молодого пополнения может стать институт наставничества. Но, зачастую, практика назначения наставником над молодым сотрудником его непосредственного начальника, который фактически выполняет при этом свои должностные обязанности, исключает получение непосредственным начальником дополнительной помощи со стороны наставника из числа коллег подшефного по службе, значительно снижает потенциал профессионального и воспитательного воздействия на молодого сотрудника в период его становления.

Наставничество – тип подготовки к работе, обеспечивающий занятость работника с поддержкой опытного наставника, что способствует изучению работы на практике и в широком диапазоне.

Наставничество – в СССР форма коммунистического воспитания и профессиональной подготовки молодежи на производстве, в профессионально-технических училищах и т. д. передовыми опытными рабочими, мастерами, инженерно-техническими работниками. В различных формах существовало с 30-х годов, особенно распространилось с 70-х годов.

Наставник – воспитатель, учитель; человек, обладающий определенным опытом и знаниями, высоким уровнем коммуникации, стремящийся помочь своему подопечному приобрести опыт, необходимый и достаточный для овладения профессией.

Основными категориями процесса наставничества являются развитие, воспитание и профессиональная адаптация человека в трудовой производственной деятельности. Под **развитием** человека понимается процесс ста-

новления его личности под влиянием внешних и внутренних, управляемых и неуправляемых социальных и природных факторов, а под **воспитанием** – целенаправленный процесс формирования интеллекта, физических и духовных сил личности, подготовки ее к жизни, активному участию в трудовой деятельности.

Под **профессиональной адаптацией** понимается процесс приспособления (привыкания) человека к содержанию, условиям, организации и режиму труда, к коллективу. Успешная профессиональная адаптация является одним из показателей обоснованности выбора профессии и способствует развитию положительного отношения работника к своей деятельности, сближению общественной и личной мотивации трудовой деятельности.

Таким образом, **наставничество – это процесс целенаправленного формирования личности, ее интеллекта, физических сил, духовности, подготовки ее к жизни в целом, к активному участию в трудовой деятельности.**

Высокий потенциал наставничества и его эффективность объясняются тем, что:

- этот метод адаптации специалиста предполагает гибкость в организации: нет набора правил и требований, может реализовываться в различных ситуациях различными методами;
- в основе наставничества – взаимодействие, ценностно-ориентированная мотивация обоих субъектов, взаимный интерес;
- этот метод адаптации к профессии может осуществляться на любом этапе профессиональной карьеры;
- наставничество направлено на становление и повышение профессионализма в любой сфере практической деятельности;
- это одна из эффективных форм профессионального обучения, имеющая «обратную связь»;
- наставник может координировать, стимулировать адаптационный процесс, управлять им, используя дополнительно любые другие методы обучения.

Перечисленные признаки подтверждают значимость этого метода профессионального становления личности, его действенность и образовательную ценность.

Можно выделить следующие этапы взаимодействия наставника и молодого специалиста:

1. Прогностический: определение целей взаимодействий, выстраивание отношений взаимопонимания и доверия, определение круга обязанностей, полномочий субъектов, выявление недостатков в умениях и навыках молодого специалиста.

2. Практический: разработка и реализация программы адаптации, корректировка профессиональных умений молодого специалиста.

3. Аналитический: определение уровня профессиональной адаптации молодого специалиста и степени его готовности к выполнению своих функциональных обязанностей.

Система наставничества складывается из четырех взаимообусловленных компонентов:

1. Заинтересованность организации–работодателя в профессиональном росте сотрудников.

2. Конкретные цели, задачи, программы деятельности субъектов, включенных в систему наставничества.

3. Процесс профессиональной адаптации молодого специалиста.

4. Межличностное общение между наставником и обучаемым в процессе взаимодействия.

Преимущества этой формы организации помощи очевидны: педагогическое наставничество имеет более широкую направленность, менее теоретизированно, обладает большей гибкостью, отличается многообразием форм и методов работы с молодыми специалистами в условиях реальной трудовой деятельности. Кроме того, в этом процессе осуществляется тесный межличностный контакт наставника и воспитанника, анализ сильных и слабых профессиональных позиций конкретного молодого учителя, а следовательно, и более строгий контроль за его практической деятельностью.

Здесь нужно оговориться: рассуждать о пользе наставничества уместно лишь при условии, что эта работа ведется планомерно, системно и систематически, имеет конкретную практическую *цель – подготовить высококвалифицированного специалиста для работы в образовательном учреждении*. Достижение этой цели и будет являться реальной пользой для образовательного учреждения.

Наиболее ощутимыми результатами такой работы могут быть:

– во-первых, повышение квалификации и профессионального мастерства педагогического коллектива, его сплоченность, следование общим целям и интересам школы;

– во-вторых, развитие личностно ориентированных отношений между коллегами-учителями, способствующих эффективно оказанию помощи и поддержки в педагогической практике школы;

– в-третьих, формирование в школе такой категории педагогов, которая способна брать на себя ответственность за обучение молодых специалистов. Это самое ценное приобретение для школы, потому что наибольшей эффективности педагогическая деятельность достигает в тех образовательных учреждениях, которые сами «растят» свои педагогические кадры!

Литература:

1. Федорова, Н.В. Управление персоналом организации: учебник / Н.В. Федорова, О.Ю. Минченкова. – М. : КНОРУС, 2011. – 536 с.

2. Ягунова, И. Кадровый менеджмент на предприятии: мотивация, адаптация, наставничество / И. Ягунова, А. Гонова // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 4. – С. 37–44.

УДК 339.138:664

А.С. Давыдова, студентка 644 группы

*М.И. Иванова, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Маркетинговое исследование потребительского спроса на йогурты на рынке г. Вологды

Йогурт - кисломолочный продукт с повышенным содержанием сухих обезжиренных веществ молока, произведённый с использованием смеси заквасочных микроорганизмов - термофильных молочнокислых стрептококков и болгарской молочнокислой палочки.

По одной из существующих версий, своим происхождением йогурт обязан древним кочевникам, которые хранили молоко в бурдюках из козьих или овечьих шкур, такие емкости не были герметичными и молоко, подвергнутое деятельности различных микроорганизмов, попадавших в бурдюк извне, прокисало. На жаре прокисшее молоко превращалось в продукт, схожий по характеристикам с современным йогуртом.

Однако родиной современного йогурта по праву считаются страны Балканского полуострова, в частности Болгария. Здесь на протяжении многих веков совершенствовали технологию получения лучших заквасок. Долгое время, молоко, которое прокисало, просто выбрасывали, пока не обнаружили, что прокисшее молоко тоже годится в пищу. Позже было отмечено, что если в свежее молоко добавить немного прокисшего, то процесс сквашивания проходит быстрее, а сам получаемый, таким образом, продукт обладал лучшими вкусовыми качествами.

Что касается России, то о прародителе современного йогурта, россияне узнали лишь в начале прошлого века, благодаря исследованиям И.И. Мечникова, который предложил сквашенное молоко, обогащенное «болгарской палочкой» использовать в качестве лечебного средства. Он доказал, что такая простокваша оказывает благоприятное воздействие на микрофлору желудка и на его двигательную активность. Таким образом, «мечниковская простокваша», ранее была доступна лишь в аптеках, и продавалась исключительно как «медицинское» средство.

Лет 20-25 назад, йогурты наконец-то проникли на прилавки наших магазинов, и сразу же пленили нас своим вкусом и полезными бифидосвойствами.

Больше всего йогурт любят французы, согласно исследованиям одного из именитых изданий, французы поглощают до 14,5 кг йогурта в год, среднестатистический немец съедает около 14 кг, швед – 13,5, а вот россиянин всего около 2,5 кг. Из чего следует, что культура «йогуртоедения» в нашей стране очень молода.

Производство йогурта осуществляется двумя способами – термостатным и резервуарным (по приведенной ниже схеме). Эти два способа имеют ряд общих технологических операций.

Подготовка сырья. Для производства используется молоко 1 сорта, с кислотностью не выше 20 Т, по редуктазной пробе – не ниже 1-го класса и по механической загрязненности – не ниже первой группы. Может быть использовано частично или полностью восстановленное молоко из цельного молока распылительной сушки высокой растворимости.

Нормализация молока по жиру. Для большинства йогуртов содержание жира должно быть не менее 6%. Расчет потребного для нормализации обезжиренного молока или сливок ведут по формулам материального баланса если нормализация осуществляется путем смешивания цельного молока с обезжиренным или со сливками.

Тепловая обработка. Пастеризацию молока проводят при температуре 85-87 С с выдержкой в течение 5-10 мин или при 90-92 С с выдержкой 2-3 мин.

Гомогенизация молока. Тепловая обработка молока обычно сочетается с гомогенизацией. Гомогенизация при температуре не ниже 55 С и давлении 17,5 МПа улучшает консистенцию и предупреждает отделение сыворотки. При производстве резервуарным способом гомогенизацию следует считать обязательной технологической операцией.

Охлаждение молока. Пастеризованное и гомогенизированное молоко немедленно охлаждают в регенеративной секции пастеризационной установки до температуры заквашивания его чистыми культурами молочнокислых бактерий: при использовании термофильных культур – до 50-55 С.

Заквашивание молока. В охлажденное до температуры заквашивания молоко должна быть немедленно внесена закваска, соответствующая виду вырабатываемого продукта.

Закваску перед внесением в молоко тщательно перемешивают до получения жидкой однородной консистенции, затем вливают в молоко при постоянном перемешивании. Наиболее рационально вносить закваску в молоко в потоке. Для этого закваска через дозатор подается непрерывно в молокопровод, в смесителе она хорошо смешивается с молоком.

Сквашивание молока. Сквашивание молока производят при определенной температуре, в зависимости от вида закваски. При использовании заквасок, приготовленных на чистых культурах молочнокислого стрептококка термофильных рас – 2,5-3 ч.

Охлаждение. По достижении требуемой кислотности и образовании сгустка йогурт немедленно охлаждают – при резервуарном способе производства в универсальных резервуарах или в пластинчатых охладителях до температуры не выше 8С, а затем разливаются в бутылки. При обычном способе производства сквашенное молоко в мелкой таре по достижении определенной кислотности перемещают в хладостаты, где оно охлаждается.

В зависимости от степени жирности исходного продукта (молока) йогурты подразделяют на: молочные, молочно-сливочные и сливочные. Молочные йогурты имеют жирность порядка 4,5 %, и в свою очередь подразделяются на нежирные (0,1 %), классические (от 2,7 до 4,5 %) и полужирные йогурты. Молочно-сливочные йогурты имеют жирность около 4,7 – 7 %. Жирность сливочных йогуртов – не менее 10%.

Этот кисломолочный продукт получается путем сквашивания термически обработанного молока. При получении «живых» йогуртов, молоко нагревают только до 80 градусов, в противном случае, слово «живой» к йогурту будет уже неприменимо. Хотя срок годности «неживых» йогуртов намного выше (6 месяцев), полезных микроорганизмов в нем уже нет, при кипячении они погибают.

Фрукты, которые добавляют в йогурты, обычно консервированные или замороженные. Дело в том, что фруктовые кислоты, которые содержатся в свежих фруктах, не уживаются с молочными. Молочный белок в фруктовой кислоте свернется. Как рассказывают нам рекламы о том, что в одном 120-граммовом стаканчике йогурта огромное количество фруктов, не совсем, правда. Например, одной средней клубники, согласно технологическим картам, хватает на 250 грамм йогурта, такое количество рассчитано только на дорогие кисломолочные продукты!

Итак, мы имеем йогурты с фруктами или без, живые. Срок годности таких йогуртов от 3 до 14 дней. Биойогурты – йогурты, обогащенные пробиотиками (бифидобактериями) и прочими полезными бактериями хранятся от 7 до 10 дней.

В йогурте содержатся очень полезные для работы кишечника кисломолочные бактерии, при его систематическом употреблении постепенно уменьшается количество микробов, которые вызывают бродильные и гнилостные процессы, следовательно, улучшается работа желудочно-кишечного тракта. При наличии кишечных инфекций йогурты можно использовать как пробиотики и эубиотики.

Вред йогурта может проявиться, если в его составе присутствует очень много консервантов, негативно влияющих на кишечник человека. Самые вредные йогурты – содержащие кусочки фруктов, поскольку фрукты проходят стерилизацию, в ходе которой их подвергают радиоактивному излучению.

При выборе полезных йогуртов следует обращать внимание на срок годности и на то, где хранят йогурты в магазине. Кроме того, следует вни-

мательно читать названия йогуртов, многие представители «размазывают» название по упаковке таким образом, что на отдельном стаканчике оно вообще не читается.

Йогурты в г. Вологда можно приобрести во всех продуктовых магазинах, а также в супермаркетах и гипермаркетах.

В магазинах можно увидеть следующие виды упаковок йогурта:

- стаканчик (0,11 кг; 0,2 кг; 0,35 кг;)
- бутылочка (0,25 кг; 0,3 кг)
- пакет (0,5 кг; 0,33 кг).

Цены на йогурты в маленьких упаковках (стаканчики до 200 г) в основном от 6 до 20 рублей. Питательные йогурты стоят в пределах от 20 до 40 рублей.

На рынке города Вологда йогурты в зависимости от массовой доли жира подразделяются на:

- молочные нежирные не более 0,1%
- молочные пониженной жирности 0,3-1,0%
- молочные полужирные 1,2 – 2,5%
- молочные классические 2,7 – 4,5%
- молочно-сливочные 4,7 – 7,0%
- сливочно-молочные 7,5 – 9,5%
- сливочные не менее 10%.

В зависимости от использования вкусовых добавок йогурты на рынке подразделяются на:

- фруктовый или овощной;
- ароматизированный йогурт.

В рамках маркетингового исследования был изучен потребительский спрос на йогурты на рынке города Вологды. В проводимом исследовании использовалась первичная информация – данные анкет респондентов и вторичная – книги, СМИ. Метод сбора информации – опрос. Опрос проводился путем анкетирования.

В процессе исследования было опрошено 50 человек, из них 35 женщин (70%) и 15 мужчин (30%). Респонденты в возрасте до 20 лет – 10 человек (20%), от 21 до 40 – 33 человека (66%), от 41 до 60 – 7 человек (14%).

На выбор 38,75% респондентов влияет вкус, 2-м по значимости является производитель – 30%, далее идет цена – 17,5% и упаковка – 11,25%, 1,25 % воздержались от ответа. Скидки и акции влияют на выбор 46%, 6% затруднились ответить.

12% людей покупают йогурты каждый день, 32% - несколько раз в неделю, 38% - несколько раз в месяц, 14% - реже 1 раза в месяц и 2% - не покупают вообще.

26,76% - предпочитают йогурты «Активиа», 25,35% - «Danone» и «Чудо», 14,08% - «Fruttis», 4,23% - «Вологодский» и «Ehrman». 70% опро-

шиваемых покупают йогурты по цене от 21 до 40 рублей, 26% - до 20 рублей.

50,85% предпочитают йогурты в стаканчиках, 38,98% - в бутылочке, 6,78% - в пакете.

82,69% - приобретают йогурты в магазинах-самообслуживания, 13,46% - в обычных магазинах.

От 1 до 5 упаковок йогурта в месяц по фактической цене приобретают 40% респондентов, более 30 упаковок – 4%, воздержались от ответа – 10%.

При увеличении цены на 30% от 1 до 5 упаковок будут приобретать 34%, более 30 упаковок – 2%, воздержались от ответа 24%.

При снижении цены на 30% от 1 до 5 упаковок будут приобретать 20%, более 30 упаковок – 8%, воздержались от ответа 24%.

При расчете коэффициента эластичности получилось, что при снижении цены на 1% спрос на йогурты увеличивается на 0,64%

Производителям йогуртов можно порекомендовать чаще устраивать акции на их продукцию, так как акции и скидки влияют на выбор 46,6% опрошенных.

Для молодого и современного поколения можно разработать изысканный дизайн упаковки, который бы привлекал своим внешним видом. (Например: йогурт с ложечкой)

Ассортимент йогуртов так же можно расширить, разработать принципиально новый вид, который будет направлен на потребителей с высокими доходами. (Йогурты с экзотическими вкусами).

Литература:

1. Журнал «Пищевая промышленность» №9, 2009г.
2. Ведищев, С. М. Технологии и механизация первичной обработки и переработки молока: Учеб. пособие/ С. М. Ведищев, А. В. Милованов. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2005. – 152с
3. А. И. Тамим, Р. К. Робинсон, Йогурт и другие молочные продукты. –СПб.: Профессия, 2003

УДК 339.138

А.Л. Ивановская, студентка 644 группы

*М.И. Иванова, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

**Маркетинговое исследование потребительского
спроса на гранатовый сок на рынке г. Вологды**

В рамках маркетингового исследования был изучен потребительский спрос на гранатовый сок на рынке города Вологды. В опросе приняли участие мужчины (20 человек) и женщины (30 человек) пяти возрастных категорий: до 18 лет - 6% опрошенных, от 18 до 30 лет - 48%, от 31 до 50 лет - 32%, от 51 до 75 лет - 12% и старше 75 лет - 2%. Из числа опрошиваемых 44% - учащиеся, 34% - работающие люди, 22% - пенсионеры.

Что касается причин употребления гранатового сока, то 60% опрошенных жителей г. Вологды пьют сок для укрепления здоровья; вкус сока привлекает 36% респондентов; 4% опрошенных признались, что употреблять сок заставляют родители.

27% опрошенных стали употреблять сок по совету врача, 22% - друзей, 12% - родителей, а 39% принимали решение о покупке и употреблении сока самостоятельно, уже зная о его пользе.

Обратимся к истории и узнаем, чем же так еще с древних времен плоды граната привлекают людей.

Гранат - кисло-сладкий плод, на самом деле являющийся ягодой. В одном плоде содержится 400-700 съедобных семян, разделенных на сегменты тонкими, молочного цвета, мембранами. Плоды венчают оригинальные чашелистики в форме короны. Даже считается, что именно гранат подсказал людям форму головного убора королей.

Считается, что родиной гранатового дерева является Персия. С древнейших времен на Востоке гранат считают королем всех плодов.

В каждой стране к плодам граната относились по-своему. Согласно Корану, гранатовыми деревьями в числе прочих засажен прекрасный райский сад. У многих народов цветки и плоды граната считаются символом богатства, изобилия и плодородия. Фараоны очень ценили свежий сок граната, считая его чудодейственным, способным укреплять не только тело, но и дух. Древних египтян хоронили с гранатами в надежде на их возрождение. Итальянцы считают, что Еву соблазнили в Эдеме гранатом. А король Кир, основатель Персидской Империи, пожелал такое количество хороших генералов, сколько семян в гранате. Позднее пророк Мухаммед побуждал последователей есть гранаты, считая, что он очищает от зависти и ненависти. В греческой мифологии гранаты были любимой едой богов, побуждая многих верить, что их употребление ведет к бессмертию. Древние греки верили, что первое гранатовое дерево вырастила на острове Кипр богиня любви — Афродита. С тех пор гранатовый сок приобрел репутацию «любовного зелья». В наше время греки по традиции разламывают гранат на свадьбах как символ плодородия.

По мнению диетологов, сок граната относится к диетическим продуктам питания, и это связано с его уникальным составом. Свежий, не прошедший обработку гранатовый сок, является источником полезных углеводов, жиров, белков, кислот - как жирных, так и органических; незаменимых аминокислот, витаминов группы В, витаминов С, Е, К, РР, минеральных

веществ - калия, магния, натрия, фосфора, кальция, меди, железа, цинка, селена и марганца. Одно из важных достоинств граната - это то, что он является низкокалорийным продуктом - в ста граммах этого плода содержится всего 55 калорий.

По содержанию калия гранатовый сок значительно превосходит многие другие фруктовые соки и, в связи с этим, его употребление чрезвычайно полезно людям, которые страдают заболеваниями сердечно-сосудистой системы. Сок граната способен не только предотвращать развитие всевозможных патологий, но и эффективно бороться с уже существующими проблемами, а также хорошо укрепляет кровеносные сосуды и защищает их.

Сок граната необходимо употреблять при ослабленном иммунитете, атеросклерозе, анемии, бронхиальной астме, а также расстройства желудка-кишечного тракта. Гранатовый сок богат флавоноидами - веществами, обладающими сильными антиоксидантными свойствами. И поэтому, те люди, которые регулярно пьют этот сок, могут совершенно не опасаться воспалительных процессов. К тому же, сок граната эффективно борется со свободными радикалами - опасными веществами, способствующими развитию эндокринных, нервных и онкологических заболеваний, а также вызывающих раннее старение организма.

Сок граната очень эффективен для лечения ожогов, а также целого ряда заболеваний ротовой полости и горла. Также он способствует повышению аппетита и нормализации пищеварительного процесса.

Жителям зон с повышенным радиоактивным фоном гранатовый сок обеспечивает надежную защиту от радиации, а также от ее негативных последствий. В связи с высоким содержанием кумаринов сок граната способен предотвращать инсульты и инфаркты.

Кроме полезного воздействия на организм человека, гранат имеет ряд противопоказаний:

Гранатовый сок противопоказан для людей с хроническими болезнями желудка, такими как гастрит с повышенной кислотностью и язвенные болезни.

Не рекомендуется употреблять такой сок и детям до 1 года. До 4-7 лет нелишним будет разбавлять концентрированный сок водой.

При приеме сока вовнутрь очень важно соблюдать рекомендации стоматологов. Свежевыжатый гранатовый сок пагубно влияет на эмаль зубов из-за содержания в нем различных кислот.

При гастрите, энтерите и язвенной болезни противопоказаны гранатовые косточки.

Гранат собирается в течение 40-45 дней в октябре-ноябре. Из 3кг граната на выходе получается 1 литр сока. Из 5 000 тонн получится 1 300 тонн сока. В производстве сока используются две принципиально разные технологии — либо производство и разлив сока напрямую в бутылку и отгрузка производителю, либо накопление концентрата в цистернах емкостью 50

тонн. В день на заводе могут быть разлиты от 10 до 15 тыс бутылок. Когда сезон сбора гранат прекращается разлив сока происходит в плановом порядке из наполненных ранее цистерн.

На переработку заводом принимаются только целые, свежие, неповрежденные плоды, вручную сортирующиеся на конвейере. Извлечение сока происходит в щадящем режиме на пневматических мембранных прессах (путем мягкого давления на зерна) или на шнековых (извлечение сока перетиранием зерен). После пастеризации свежесжатый сок хранится в асептических (обеззараженных) емкостях из нержавеющей стали по 50 куб. м. (на 5 000 тонн единовременного хранения).

Продукция, представленная в магазинах в г. Вологде, производится на следующих заводах:

ОАО “Лебедянский”. Россия, Липецкая обл., г. Лебедянь.

ЗАО “Бородино”. Россия, Московская обл., Можайский район, усадьба “Бородинское поле”.

ООО “Производственная компания “Лидер”. Россия, Московская обл., Люберецкий район, пос. Малаховка.

ООО “Ника-S”. Азербайджан, г. Баку.

ООО “Гаджи & Расул”. Азербайджанская Республика, г. Сабирабад.

ООО “Мешел”, Азербайджан, г. Баку.

Разброс цен на соки очень широк, опять же учитывая позиционирование продукта, его качества, упаковки, интенсивности маркетинговой поддержки.

Так, за литр сок «Я» Гранат 100% имеет цену в пределах 180-200 рублей; сок «Mr. Juice Premium granat juice» - 115-125 рублей; «SWELL» – 160 рублей; «NAR» – 78-98 рублей; «Le’Grand» – 98 рублей; «MESEL» – 62 рубля.

РИПИ (Российский институт потребительских испытаний) проверил гранатовые соки на соответствие заявленному наименованию и выяснил, что только один из пяти образцов - соответствует. Участвовали следующие торговые марки: Я, Mr. Juice, SWELL, NAR, Le’Grand.

Первые три произведены российскими компаниями, а на упаковках написано “восстановленный сок” (в процессе производства восстановленного сока добавляется концентрат (сгущенная форма фруктового сока), очищенная вода и натуральный аромат фруктов)). Два последних, согласно информации, приведенной на этикетках, сделаны в Азербайджане и позиционируются как соки прямого отжима.

Выводы теста: “Я” – единственный образец теста, представляющий собой восстановленный гранатовый сок. Доля сухих веществ в нем соответствует российскому техническому регламенту, но немного недотягивает до европейской нормы. Продукция торговых марок Mr. Juice Premium и Swell имеет существенные отклонения от состава и свойств подлинного гранатового сока и не может именоваться гранатовым соком. Образцы

Le'Grand и NAR не являются гранатовыми соками, в том числе соками прямого отжима. Они не обладают составом и свойствами, характерными для подлинного гранатового сока. Кроме того, в образце Le'Grand обнаружен искусственный краситель.

Обратимся к результатам анкетирования, проведенного среди жителей города Вологды. По результатам исследования 94% респондентов употребляют гранатовый сок или пробовали хоть раз. Определим емкость рынка. Из 50 человек опрошенных пьют или употребляли хоть раз – 45 человек, то есть 90%. Можем определить годовой объем выручки за проданный гранатовый сок, если учесть, что за литр сока готовы заплатить 60 рублей, а население в г. Вологда – 306 487 человек. Тогда, 90% от их числа будет составлять – 275838 человек. Допустим, в год каждый приобретает минимум 1 бутылку. Емкость рынка будет равна = $275838 * 60 = 16550280$ рублей.

Результаты исследования показали, что для 66% опрошенных жителей г. Вологды удобнее приобретать сок объемом 1-1,5 литра, для 30% - объемом 500-750 мл и только для 4% - объемом 2 л.

Что касается суммы, которую готовы заплатить потребители за 1л сока, то для 12% она находится в пределах от 120 до 160 рублей. Примерно для одинакового процента опрошенных (44 и 42%) сумма находится в пределах от 60 до 80 рублей и от 80 до 120 рублей соответственно. Причем, респонденты в возрасте от 18 до 30 лет считают приемлемой сумму от 60 до 80 рублей (38% опрошенных этого возраста), сумму от 80 до 120 рублей находят приемлемой 33%, а сумму от 120 до 160 рублей - 29%.

Опрошенные в возрасте от 31 до 50 лет готовы заплатить за 1 л сока сумму от 60 до 80 рублей (56% респондентов этого возраста), тогда как опрошенные возраста от 51 до 75 лет готовы отдать сумму от 80 до 120 рублей (83% респондентов).

Опрошенные в возрасте от 75 и больше отдали голоса в одинаковом количестве за цены от 60 до 80 и от 80 до 120 рублей.

В исследовании были заданы вопросы относительно того, как изменится спрос на гранатовый сок при изменении цены на него. В итоге было выявлено, что при повышении цены на 30% никто из респондентов не стал бы приобретать сока больше. А при уменьшении цены на 30% уже только 60% респондентов не стали бы увеличивать объем покупаемого сока, но уже 40% стали бы покупать больше. Причем 50% опрошенных возрастных групп от 31 до 50 лет и от 51 до 75 лет стали бы приобретать сока больше при снижении на него цены, тогда как процент опрошенных возраста от 18 до 30 лет, которые бы приобретали сока больше при уменьшении цены, равен всего лишь 20%.

Как показали результаты исследования 37% респондентов не помнят какие марки гранатового сока употребляют, причем наибольший процент

таких респондентов возраста от 51 до 75 лет (50% опрошенных), 44% среди опрошенных возраста от 31 до 50 лет.

33% респондентов просто не обращают внимания на марку приобретаемого сока, здесь наибольший процент респондентов в возрастной группе от 18 до 30 лет; так же не обращают внимания респонденты возраста от 31 до 50 лет – 19% опрошенных.

Одинаковый процент опрошенных (6%) употребляют гранатовый сок марок «Я» и «NAR», а так же употребляются соки марок «SWELL», «Любимый» и «Фруктовый сад» двумя процентами респондентов.

Наибольшей популярностью среди мест приобретения сока пользуются супермаркеты (66% опрошенных приобретают соки именно там). На втором месте расположены магазины – в них приобретают сок 22% респондентов. 10% опрошенных жителей г. Вологды покупают гранатовый сок на рынке, и всего лишь 2% - в ларьках.

В пользу стеклянной упаковки сока высказались 62% респондентов, в пользу картонной – 31%, пластмассовой – всего лишь 7%. Причем стеклянную упаковку считают наиболее лучшей опрошенные возрастных групп от 31 до 50 лет и от 51 до 75 лет.

По результатам исследования стало ясно, что реклама не оказывает должного воздействия на приобретение гранатового сока. Так, 28% опрошенных заявили, что реклама совсем не влияет на их выбор, причем наибольшее число опрошенных, ответивших так, составляют люди возраста от 18 до 30 лет (48% респондентов данной возрастной группы). На 26% опрошенных реклама почти не влияет, в особенности на людей возраста от 18 до 30 лет и от 31 до 50 лет (так ответили 25% респондентов данных возрастных групп). Слабое воздействие реклама оказывает на 24% респондентов, причем в основном такое воздействие рекламы приходится на людей возраста от 31 до 50 лет (на 56% опрошенных). Умеренное воздействие реклама оказывает на 20% респондентов.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы:

По г. Вологде 94% опрошенных жителей употребляют или пробовали хоть раз гранатовый сок.

Можно сделать вывод о том, что на частоту покупок влияет польза сока, а не его вкусовые качества (именно 60% респондентов пьют гранатовый сок для поддержания здоровья).

Советы врачей очень влияют на приобретение сока (так высказались 27% опрошенных).

Критерии выбора сока - цена, объем, упаковка - различаются у разных возрастных категорий потребителей.

К сожалению, потребители не обращают внимания на марки приобретаемого сока или же совсем не помнят их.

Предложения. Что касается цены на сок, то она зависит, главным образом от его качества. Но, по мнению респондентов, если ее снижать, то приобретать сок будут чаще, и, может, не только в случаях самой необходимости. Поэтому производителям следует проводить акции, скидки на свою продукцию.

Супермаркетам тоже предлагается проводить акции по снижению в определенное время цены на соки, а так же в выпускаемых листовках указывать, что снижение произошло. Возможно около прилавков с соком размещать небольшие стенды с информацией о пользе гранатового сока.

Сейчас, в современном мире, реклама оказывает огромное воздействие на совершаемые нами покупки. Как показало исследование, людям часто употреблять сок советовали врачи, поэтому нужно проводить рекламные кампании, в которых доктора рассказывали бы о пользе гранатового сока, ведь она, бесспорно, имеется. Так же рекламу нужно проводить, учитывая интересы и молодежи, показав, что молодые люди часто употребляют этот сок и для здоровья, и для вкуса.

Производителям соков стоит переходить на использование не только стеклянных упаковок, но и картонных, потому что уже 31% респондентов высказались за удобство картонной упаковки.

Литература:

1. Гранатовые соки. Тесты // СПРОС. – 2001, № 2. – Режим доступа: <http://www.ripi-test.ru/testy/576-granatovye-soki>
2. Гранатовые соки. Тесты // СПРОС. – 2001, № 7. – Режим доступа: <http://www.ripi-test.ru/bezalkogolnye-napitki-soki/1764-granatovye-soki>

УДК 331.108

*А.С. Кармакулова, курсант 313 учебной группы
инженерно – экономического факультета*

*А.А. Кольев, к.э.н., доцент кафедры управления экономической
деятельностью в УИС*

ФКОУ ВПО «Вологодского института права и экономики ФСИН России»

Совершенствование процедуры отбора и расстановки кадров в учреждениях УИС

Кадры являются главным ресурсом каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят все экономические результаты его деятельности.

Уголовно-исполнительная система всегда выполняла охранительную функцию по защите прав и свобод граждан и осуществляла исполнение уголовных наказаний. Важнейшим направлением деятельности кадровых

аппаратов является комплектование штатной численности достойными сотрудниками.

Целью данной статьи является исследование системы отбора и расстановки кадров в УИС, выявление проблем и разработка мероприятий, направленных на их решение.

В соответствии с поставленной целью задачами работы являются:

- рассмотреть теоретические аспекты отбора и расстановки кадров;
- проанализировать процедуру отбора и расстановки персонала и выявить основные проблемы в учреждениях и органах УИС;
- разработать рекомендации по совершенствованию технологии отбора и расстановки кадров в уголовно - исполнительной системе.

Объектом исследования является система управления персоналом в УИС.

В работе использованы следующие методы: монографическое исследование и изучение законодательства.

Уголовно-исполнительная система проходит на сегодняшний день период активного реформирования. По состоянию на 1 апреля 2014 г. штатная численность персонала УИС составляет 306,5 тыс. чел., в том числе аттестованных сотрудников – 217,1 тыс. чел. (кроме того переменный состав – 7,0 тыс. чел.). Так, по состоянию на 1 января 2012 г. основной показатель, характеризующий состояние кадровой работы, – количество вакантных должностей персонала – превысил запланированные 4,5 % и в целом по УИС составил 5,6 % (в 2009 г. – 2,9 %, в 2010 г. – 3,2 %). Несмотря на проведенную в 2012 г. оптимизацию численности персонала по состоянию на 1 января 2013 г. число вакантных должностей сотрудников не изменилось и составляет 5,46 %. В 2011 г. при росте численности сотрудников, принятых на службу, на 6 % численность уволенных со службы возросла на 20 %. Учитывая, что в 2012 г. многие сотрудники увольнялись в связи с сокращением штатов, текучесть кадров в УИС, связанная с субъективными причинами, составила за этот период 4,23 % (в 2011 г. – 4,75 %, в 2010 г. – 4,11 %, в 2009 г. – 3,61 %) [2].

На фоне внедрения Концепции развития УИС до 2020 года, становятся актуальными проблемы, связанные с отбором и расстановкой кадров в учреждениях, которые являются важнейшим этапом формирования коллектива и впоследствии его влиянием на эффективность труда.

Отбор персонала - процесс, заключающийся в оценке кандидатов, проводимой различными методами, в принятии решения о наиболее подходящем работнике с последующим предложением ему занять вакантное место [3].

Под расстановкой персонала понимается рациональное распределение работников организации по структурным подразделениям, участкам, рабочим местам в соответствии с принятой в организации системой разделения и кооперации труда, с одной стороны, и способностями, психофи-

зиологическими и деловыми качествами сотрудников, отвечающими требованиям содержания выполняемой работы, - с другой [4].

Процедура отбора в УИС имеет ряд существенных особенностей по сравнению с другими видами государственной службы. Выражается это в том, что сотрудники работают с особой категорией граждан - осужденными, которые совершили преступления. Работники выполняют функции охраны, надзора и проведение оперативно-розыскных мероприятий.

Систему отбора персонала в УИС можно условно представить в 3-х этапах (рис. 1).



Рис.1. Система отбора персонала в УИС

На предварительном этапе отбора кандидатов, сотрудник отдела кадров проводит собеседование и выясняет место регистрации и проживания претендента, уровень его образования, специальность, факты прежней трудовой деятельности, мотивы поступления на службу, что соответствует приказу Минюста РФ [1]. Далее кандидата проводят в структурное подразделение, где руководитель информирует о льготах, гарантиях и компенсациях, установленных законодательством для сотрудников уголовно-исполнительной системы.

После собеседования, сотрудники кадрового аппарата и психологи учреждения проводят профессиональное и психологическое изучение претендентов на службу. В процессе анализа и проверки данных о кандидате на должность подлежат изучению следующие обстоятельства:

1. Достоверность предоставленных соискателем сведений о себе и близких родственниках.

2. Наличие у кандидата на должность судимости либо привлечение его в качестве обвиняемого (подозреваемого) по уголовному делу, не рассмотренному судом.

3. Факты, свидетельствующие о возможности кандидата осуществлять практическую деятельность в соответствии с требованиями занимаемой должности, а также изучение претендента путем проведения анализа независимых характеристик с места учебы, работы, службы, места жительства и другие обстоятельства.

На данном этапе психологи изучают аспекты профессиональной пригодности кандидата к службе с учётом особенностей уголовно-исполнительной системы, специфики стоящих перед подразделением задач в предстоящей деятельности.

Данные процедуры проверки занимают большое количество времени. Они могут длиться от двух до пяти месяцев, после чего, как правило, назначается испытательный срок. Таким образом, кандидат отказывается устраиваться на службу в УИС, так как сотруднику в течении испытательного срока выплачивается неполный размер оклада денежного содержания.

На основном этапе кандидат проходит военно-врачебную комиссию. Также оформляется личное поручительство, которое должно содержать отзыв с положительной характеристикой поручителя за гражданина Российской Федерации, рекомендуемого для приема на службу в уголовно-исполнительную систему.

На заключительном этапе в Центре психологической диагностики проводят экспертизу медико-психологической пригодности кандидата на службу.

Зачисление в кадры уголовно-исполнительной системы производится Министром юстиции Российской Федерации с присвоением первого специального звания среднего, старшего или высшего начальствующего состава. Юридическим актом назначения кандидата на конкретную должность является письменный приказ начальника учреждения и служебный контракт.

В процессе расстановки кадров должностные обязанности многих сотрудников не соответствуют их специальности, уровню подготовки, опыту работы. К примеру, работника, имеющего экономическое образование назначают на должность начальника отряда.

Далее рассмотрим пути решения выявленных проблем.

При отборе граждан на службу необходимо использовать параллельный поэтапный процесс, т.е. любой этап можно совместить с другим, который может осуществляться параллельно с ним. Одновременно можно проводить проверку личных данных кандидата, супруги (супруга), близких родственников и прохождение военно-врачебной комиссии, что приведет к значительной экономии времени.

Для рациональной расстановки сотрудников в учреждении можно рекомендовать профильный метод [5].

Применение профильного метода требует аналитического отбора предъявляемых требований и личных качеств кандидатов, который позволяет непосредственно сравнивать их друг с другом.

Основу профильного метода составляет каталог характеристик — требований, предъявляемых к сотруднику в зависимости от выполняемых им служебных обязанностей, а также с учетом количественных характеристик рабочих мест. Каждому уровню требований соответствует определенный уровень качеств кандидата. Рассмотрим применение профильного метода на примере сотрудника отдела кадров (табл. 1).

Каталог характеристик предоставляет возможность учесть требования, обусловленные особенностями работы на конкретной должности, а также качества работников.

Таблица 1 – Профиль сотрудника отдела кадров

Качества	Уровень требований
1. Организаторские способности	1. Владеет навыками организации воспитательной, культурно-просветительской и спортивно-оздоровительной работы среди сотрудников 2. Не владеет данными навыками
2. Наличие опыта практической работы	1. Имеет опыт практической работы в сфере управления персоналом 2. Не имеет данного опыта
3. Владение специальными знаниями, навыками, умениями по своей специальности	1. Владеет навыками кадровой работы, общения с людьми, знанием нормативно-правовой базы 2. Не владеет данными навыками
4. Наличие специального образования по занимаемой должности	1. Имеет образование по специальности «Управление персоналом» 2. Не имеет специального образования

Реализация предложенных мероприятий позволит сделать процесс отбора и расстановки сотрудников в УИС более эффективным, что повысит результативность работы учреждения.

Литература:

1. Приказ Минюста России от 6 июня 2005 г. № 76 «Об утверждении инструкции о порядке применения положения о службе в органах внутренних дел РФ в учреждениях и органах УИС»
2. Об итогах деятельности уголовно-исполнительной системы в 2012 г. и задачах на 2013 г.
3. Виханский О. С., Наумов, А. И. Менеджмент: учебник 5-е изд. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 573 с.
4. Дейнека А. В. Управление персоналом: учебное пособие / А. В. Дейнека. – М., 2011. – 276 с.
5. Управление персоналом организации. Практикум: Учебное пособие / Под ред. д.э.н. А.Я. Кибанова, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2008. – с.335.

УДК 339.1

Ю.А. Козлов, студент 633 группы

О.Б. Филатова, старший преподаватель кафедры экономики и организации ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» - как бренд развития территории

В настоящее время существенное влияние на развитие России в целом и российского туризма как отрасли экономики оказывают сложившиеся

ся стереотипы. В ряде стран Россия до сих пор ассоциируется с «медведями, которые разгуливают по улицам городов», «сильными морозами», «водкой» и «балалайкой». Среди самих россиян существует мнение о «низком качестве российского сервиса», поддерживаемое некоторыми средствами массовой информации. Все это снижает привлекательность России, как места вложения инвестиций и как страны, интересной с точки зрения туризма. Воздействовать на сложившиеся стереотипы можно только путем внедрения новых стереотипов или «брендов». Одним из таких брендов, положительно воздействующим на имидж России, является **«Великий Устюг – родина Деда Мороза»**.

Целью настоящей работы является исследование перспектив реализации данного проекта.

Задачи исследования:

- изучение структуры финансирования проекта;
- раскрытие главных проблем проекта;
- оценка результатов реализации проекта за период 1998 – 2013гг.

Объект работы – проект «Великий Устюг – Родина Деда Мороза».

Методами исследования являются: анализ, индукция и дедукция, метод научной абстракции и обобщение.

Проект «Великий Устюг - родина Деда Мороза» был основан в ноябре 1998 года и задуман как глобальный проект. Авторами идеи выступили мэр Москвы Ю.М. Лужков и Губернатор Вологодской области В.Е. Позгалев.

Миссия проекта заключается в создании фрагмента национальной идеи, утверждении национального самосознания российского народа, консолидации общества вокруг традиционных, национальных и общечеловеческих ценностей посредством образа Деда Мороза - символа добра, надежды, мудрости и справедливости.

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года намечен переход экономики от аграрно-сырьевого к инновационному, социально-ориентированному типу развития. В решении этой задачи важное место принадлежит созданию экономических условий для сохранения и умножения культурных и духовных ценностей российского народа, обеспечению качества и доступности услуг в сфере туризма, физической культуры и спорта [6].

Таким установкам в полной мере отвечает проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза», который сочетает в себе воспитательные и экономические задачи: укрепление семейных традиций, воспитание детей на основе идеологии добра и справедливости, оказание адресной социальной помощи, сохранение культурного наследия и природного потенциала Русского Севера, возрождение малых городов России посредством увеличения турист-

ских потоков и развития соответствующей инфраструктуры, комплексное развитие экономики Вологодской области.

Проект получил развитие, как ответ на проблемы малых городов. В нашей стране много городов, основу экономического развития которых составляют небольшие предприятия и организации народно-художественных промыслов. Проблемы таких городов известны: отток молодежи в крупные города, отсутствие перспективы развития сохранившихся с советских времен предприятий, высокий уровень безработицы. Именно таким был в середине 90-х и Великий Устюг – один из древнейших городов Русского Севера, ровесник города Москвы.

Проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» стартовал в 1998 году, когда в 12 км. от города под строительство вотчины Деда Мороза отвели территорию. В 2002 году региональные власти разработали стратегию развития проекта. Ценные архитектурные ансамбли XVII-XVIII веков, уникальные природные ландшафты – все это в сочетании со сказочной идеей послужило основой развития города [3].

В реализации приняли участие правительство Москвы, «РЖД», «Газпром», «Почта России», «Лукойл», «Северсталь», предприниматели Вологодской области и Великоустюгского района.

Турпродукт проекта включает предоставление следующих услуг:

- посещение вотчины Деда Мороза, включая «Тропу сказок» и дом Деда Мороза;
- посещение городской резиденции Деда Мороза и почты Деда Мороза;
- обзорную или тематическую экскурсию по городу;
- посещение музея и церквей города;
- мастер-классы, игровые танцевальные и развлекательные программы, производственные экскурсии[2].

Вместе с проектом развивается экономика и социальная сфера Великоустюгского муниципального района. Появились новые рабочие места, развита инфраструктура города: обновлен исторический центр, построены дороги, гостиницы и предприятия общественного питания, открыты новые магазины, торговые центры.

Бренд "Великий Устюг – родина Деда Мороза" - это действенный вариант освоения территории на основе создания благоприятных условий для развития туристско-рекреационного и малого бизнеса, вовлечения в развитие проекта населения Великоустюгского района, сохранения национальной самобытности, традиций и культуры, воспитания будущего поколения на основе общечеловеческих и местных традиционных ценностей.

Спектр источников финансирования проекта «Великий Устюг - Родина Деда Мороза» практически в равной мере охватывает как бюджетные средства, так и частные инвестиции. В целом за период с 1998 - 2013 годы

в развитие проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза» вложено порядка 2 млрд. руб. [1].

Структура источников финансирования представлена на рис. 1.

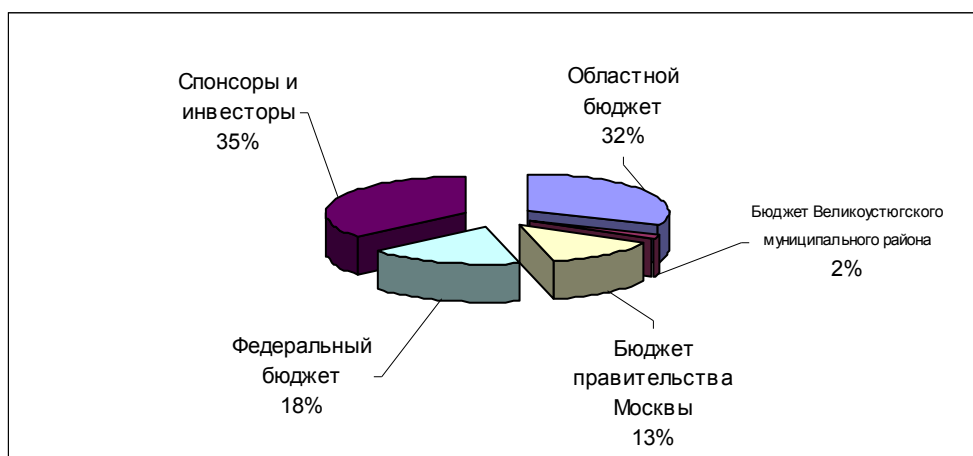


Рис 1. Структура источников финансирования проекта «Великий Устюг – родина Деда Мороза»

За счет средств федерального бюджета построены подъездная автомобильная дорога к вотчине Деда Мороза, здание почты Деда Мороза, проведена реконструкция сетей водоснабжения, реставрация памятников архитектуры.

За счет средств областного бюджета обновлена производственно-техническая база, создана первоначальная туристическая инфраструктура.

При долевым финансировании со стороны правительств Москвы и Вологодской области в вотчине Деда Мороза построен зоосад, открыт филиал Московского зоопарка, каскад прудов, Пасека Деда Мороза,

Стратегия развития проекта заключается в развитии круглогодичного туристского потока и создании современной инфраструктуры, в том числе посредством развития государственно-частного партнерства[6].

На средства частных инвесторов:

- построены новые гостиничные комплексы и кафе;
- открыты специализированные магазины, сувенирные лавки, торгово-выставочные центры, супермаркеты.

25 января 2010 года Законодательным Собранием области была принята очередная областная целевая программа «Великий Устюг – родина Деда Мороза на 2011-2014 гг.» Объем финансирования мероприятий Программы за счет средств областного бюджета составил - 32220.0 тыс. рублей[5].

В 2013 г. проекту «Великий Устюг – Родина Деда Мороза» исполнилось 15 лет. За это время о городе на севере России узнали не только в нашей стране, но и во всём мире. Дедушка Мороз превратился в националь-

ный символ, а сам Великий Устюг стал туристическим центром если не мирового, то общероссийского значения.

Туристический поток на родину Деда Мороза за это время вырос в 70 раз с 3 тыс. человек в 1998 году до 210 тыс. человек в 2013 году. Это положительно повлияло на рост товарооборота в торговле, общественном питании, в реализации товаров народно-художественных промыслов, а также обеспечило толчок к развитию экономики города Великого Устюга. В целом за 15 лет вотчину Деда Мороза посетило более 1,5 млн. человек[4].

Основной сегмент потребителей – это семьи с детьми, имеющие различный уровень доходов. Потенциальная туристическая емкость составляет порядка 500 тысяч человек в год[4].

Доходы от реализации данного проекта сегодня составляют 10% всего районного бюджета. В туристической сфере трудоустроены 2500 человек (7,5% от общей численности занятых), в то время как в 1998 году было занято всего 50 человек. Если в 1998 году уровень безработицы по Великоустюгскому району составлял 6,2%, то в 2013 году этот показатель снизился до 2%. Значительно изменился и уровень заработной платы устюжан[4].

В общероссийском масштабе действует АО "Почта Деда Мороза", получившая с 1998 года уже более 1.8 млн. писем из всех регионов России и 15 зарубежных стран. С октября 2005 года реализуется почтовая услуга "Подарок от Деда Мороза", развивается система электронной переписки с Дедом Морозом. Создан и поддерживается сайт Дед Мороза[2].

Активное развитие получили межрегиональные и международные связи проекта "Великий Устюг - родина Деда Мороза". Руководители 52 субъектов Российской Федерации поддержали идею проекта, еще в 11 регионах проект инициировал новые туристские бренды: "Резиденция Деда Мороза в Кузьминском лесу", "Кострома - родина Снегурочки", "Архангельск - родина Снеговика", "Имение матушки Зимы".

Устойчивые организационные связи сложились и с международными партнерами: "Деревня Санта Клауса в Рованиеми" (Финляндия), "Томте-ленд" (Швеция), "Всегерманский чемпионат Вайнехтсманов" (Германия), "Имение Святого Николая" (Украина), "Белорусский Дед Мороз" (Белоруссия), "Фестиваль зимних волшебников" (Киргизия) [2].

Проект инициировал новые российские традиции. Ежегодно, начиная с 2001 года, в преддверии Нового года российский Дед Мороз совершает Большое Новогоднее путешествие по городам России и близлежащим странам. Повсюду Деда Мороза как уважаемого представителя российской культурной жизни принимают на высшем уровне. Также российской традицией с 2005 года стала акция "День рождения Деда Мороза", ежегодно проходящая 18 ноября в Великом Устюге, которая собирает большое количество гостей и активно освещается в средствах массовой информации.

В то же время при реализации проекта остается **ряд нерешенных проблем**, основными из них являются:

- развитие туристской инфраструктуры (за годы реализации проекта была создана первоначальная инфраструктура: обновлен исторический центр города, отстроены дороги, гостиницы и предприятия общественного питания, открыты новые магазины, но для дальнейшего развития проекта в Великом Устюге необходимо – строительство **социальных объектов**, торгово-выставочных центров и супермаркетов);

- сезонность туристических потоков (основная масса посещений приходится на период декабрь – февраль, необходимо, согласно стратегии проекта в развитии круглогодичного туристского потока, увеличение числа посетителей в летние и осенние месяцы);

- невысокое качество обслуживания туристов и уровень подготовки кадров для сферы туризма (необходима постоянная подготовка и переподготовка кадров в сфере **туристского, гостиничного и ресторанного обслуживания**);

- транспортная труднодоступность (до Великого Устюга можно добраться автомобильным и железнодорожным транспортом, необходима реконструкция имеющегося аэропорта, чтобы принимать больше туристов);

- климатические условия (город находится в северных широтах с низким температурным режимом, что является препятствием не только для иностранцев, но и для жителей центральной России).

На решение отмеченных проблем направлены областные целевые программа «Великий Устюг – родина Деда Мороза», а также «Стратегия развития проекта “Великий Устюг – родина Деда Мороза” до 2020 года».

Планы относительно данного проекта у области масштабные. Согласно «Стратегии развития проекта “Великий Устюг – родина Деда Мороза” до 2020 года» город должен стать уникальным туристским центром круглогодичного действия. Более того, в перспективе планируется начать реализацию еще одного проекта – «Великий Устюг – детская столица России»[1].

Для успешной реализации, необходимо:

- создать в городе и районе комфортные условия для туристов;

- развивать современную инфраструктуру;

- выполнить комплекс мероприятий, включающий внедрение новых туристских маршрутов с посещением достопримечательностей Великоустюгского района (экологические маршруты: урочище Опоки, мыс «Бык», сплавы, лыжные трассы, охота, рыбалка) и проекты в области культуры, способствующие привлечению туристов в весенне-летний период;

- проводить рекламные акции и обновление бренда проекта.

Решение данных проблем позволит повысить эффективность данного проекта, при дополнительной государственной поддержке в части развития транспортной и социальной инфраструктуры и привлечения частных инвестиций. Проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» - это возможность

развития территории на основе создания благоприятных условий для малого и среднего бизнеса.

Литература:

1. Интернет-ресурс <http://vologda-oblast.ru>
2. Интернет-ресурс <http://www.dedmorozone.ru/main/>
3. Интернет-ресурс <http://depcult35.ru/index.php?id=97>
4. Интернет-ресурс <http://www.movustug.ru/gorod>
5. Постановление от 4 октября 2010 г. N 1131 О ДОЛГОСРОЧНОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЕ "ВЕЛИКИЙ УСТЮГ - РОДИНА ДЕДА МОРОЗА" НА 2011 - 2014 ГОДЫ.
6. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.08 № 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года».

УДК 658.310

*А.А. Облуков, курсант 323 учебной группы
инженерно-экономического факультета,*

*Г.В. Григорьев, к.э.н., старший преподаватель кафедры управления
экономической деятельностью в УИС*

ФКОУ ВПО «Вологодского института права и экономики ФСИН России»

Анализ мотивации трудовой деятельности сотрудников УИС

Мотивация – одно из важнейших и трудно изменяемых факторов, который следует учитывать при приеме на работу и последующем построении системы управления сотрудниками уголовно-исполнительной системы (далее – УИС).

Объектом исследования является система управления персоналом учреждений и органов УИС.

Предмет исследования – мотивация аттестованных сотрудников учреждений и органов УИС.

Целью является рассмотрение теоретических и практических аспектов мотивации аттестованного персонала УИС, а так же выявление путей ее совершенствования.

В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть сущность понятия «мотивация сотрудников УИС»;
- проанализировать систему мотивации аттестованного персонала в учреждениях и органах УИС;
- разработать рекомендации по совершенствованию системы мотивации аттестованных сотрудников ФСИН России.

Методами исследования являются:

- диалектический метод исследования, в рамках которого применимы методы изучения социально-правовых явлений и процессов (информационно-правовой, сравнительный, логический);
- конкретно-социологический метод (анализ документов, сопоставление).

Данная тема очень актуальна в современном мире, причем не только в УИС, но и в любой коммерческой организации. Прежде всего, это связано с возрастающим в настоящее время дефицитом квалифицированных кадров в УИС. Привлечение, а главное, удержание в исправительном учреждении высококвалифицированных сотрудников – важная задача, решить которую возможно лишь при достижении высокого уровня мотивирования.

Мотивация трудовой деятельности – это стремление работника удовлетворить свои потребности в определенных благах посредством труда, направленного на достижение целей организации.

Мотивация трудовой деятельности сотрудников УИС – это система внутренних побуждений сотрудника, основной компонент его самосознания, определяющий его поведение в труде и реакции на конкретные условия работы и применяемые формы стимулирования.

Стимулирование труда – это материальная основа мотивации персонала, представляющая собой комплекс мер, применяемых со стороны субъекта управления для повышения эффективности труда работников.

Стимулирование трудовой деятельности – это стремление организации с помощью моральных и материальных средств воздействия побудить работников к труду, его интенсификации, повышению производительности и качества труда для достижения целей организации [5].

Классификация видов стимулирования представлена на рисунке 1.

К первой группе относятся *денежные* (заработная плата, премии и т.д.) и *неденежные* (путевки, бесплатное лечение, транспортные расходы и др.). Ко второй группе стимулов можно отнести: *социальные* (престижность труда, возможность профессионального и служебного роста), *моральные* (уважение со стороны окружающих, награды) и творческие (возможность самосовершенствования и самореализации) [4].

Побуждение сотрудников УИС к реализации поставленных перед ними целей и задач является объективной необходимостью и должно осознаваться всеми руководителями учреждений и органов УИС. Эффективными стимулирующими факторами, наряду с материальными, оказываются соответствие выполняемой работы потребностям сотрудника, признание его как личности и возможность самовыражения.

Материальное стимулирование сотрудников УИС отражается в системе денежного довольствия, а также социальных гарантиях и компенсациях.



Рис.1. Виды стимулирования

К основным видам морального стимулирования в УИС относятся присвоение специальных званий, как очередных, так и досрочных или на одну ступень выше, предусмотренных по занимаемой штатной должности, награждение ведомственными наградами. В качестве высшей формы поощрения служебной деятельности сотрудники учреждений за особые заслуги (отличившиеся в служебной и трудовой деятельности, безупречно соблюдавшие дисциплину и внесшие весомый вклад в реализацию государственной политики, нормотворческую деятельность, укрепление законности и правопорядка) могут быть представлены к награждению государственными наградами РФ. К видам морального стимулирования относятся также объявление благодарности за конкретные заслуги в служебной деятельности, награждение почетной грамотой и др. Не менее важный вид стимулирования служебной деятельности сотрудников УИС – награждение ведомственными наградами [1].

В УИС существуют следующие типы стимулирования, в соответствии с которыми, на наш взгляд, и должна строиться работа с сотрудниками:

– *инструментальное* (стимулирование денежным довольствием). Сама по себе служба и её содержание не представляет особой ценности, а карьерный рост рассматривается лишь как возможность получать более высокое денежное довольствие);

– *профессиональное* (в данном стимулировании, в отличие от инструментального, не так важно денежное довольствие, как сама служба. Работа для такого сотрудника – это способ самовыражения и возможность доказать, что он способен выполнять то, что другим не под силу);

– *патриотическое* (сплочение коллектива. Система стимулирования для данного типа сотрудника – это объявление благодарности ну и объявление выговора, а штрафы и премии малоэффективны);

– *хозяйское* (предоставление свободы в действиях и самостоятельность);

– *люмпенизированное* (метод «кнута») [3].

Но не нужно забывать, что перечисленные типы стимулирования подходят для каждого сотрудника по-разному, в зависимости от его характера, ценностей, моральных качеств.

В настоящее время, по-нашему мнению, существуют следующие проблемы в системе мотивации сотрудников УИС:

1. Отсутствует перечень критериев дифференцирования выплаты ежемесячной премии сотрудникам УИС, т.е. на данный момент сотрудники получают ежемесячную премию в одинаковых размерах, что, в свою очередь, является несправедливым к наиболее активным и исполнительным сотрудникам.

2. Слабо развито социально-психологическое стимулирование, т.е. руководство органов и учреждений УИС не уделяет должное внимание работе конкретных сотрудников, не поощряет их добросовестное отношение к службе. Практически отсутствует личная похвала со стороны руководства органов и учреждений УИС.

3. Отсутствие возможности у рядовых сотрудников участия в управлении учреждением, т.е. руководство зачастую не учитывает мнения сотрудников в какой-либо проблемной области, а решает все самостоятельно (на уровне своих заместителей), что в дальнейшем может вызвать у персонала недовольство, либо равнодушие к выполнению своих должностных обязанностей.

4. Проблема престижа службы в УИС является так же очень важной при выборе места работы. Работа сотрудников УИС прежде всего связана с осужденными и заключенными, это создает негативное представление большинства людей о службе в УИС.

Предложим некоторые пути решения выявленных проблем.

Мы считаем, что для выплаты ежемесячной премии нужен дифференцированный подход, т.е. необходимо поднять вопрос о внесении изменений в нормативные правовые акты, регламентирующие порядок обеспечения денежным довольствием сотрудников, в части касающейся ежемесячной премии. Тех, кто имеет какие-либо неснятые взыскания на день начисления денежного довольствия, лишать в полном объеме, либо частично ежемесячного премирования. За счет сэкономленного премиального фонда

можно повысить размер ежемесячной премии наиболее отличившимся, добросовестным, исполнительным и высокопроизводительным сотрудникам за отчетный месяц.

Для того чтобы повысить эффективность социально-психологического стимулирования по отношению к рядовым сотрудникам, руководству учреждений и органов УИС необходимо иногда «спускаться с небес» и вникать в трудности коллектива, в т.ч., в социально-бытовой сфере. Лишний раз «поддержать словом», похвалить за хорошую службу, например, на общих собраниях в часы служебной подготовки или при построении личного состава учреждения [2].

Необходимо привлекать узких специалистов из числа рядового состава к участию на оперативных совещаниях, подготовках к инспекторским проверкам, с целью приданию большей уверенности сотрудникам, осознания ими своей принадлежности и причастности коллективу в целом.

Для создания положительного имиджа УИС следует, например, использовать средства массовой информации (далее – СМИ). СМИ должны изменить ошибочное мнение многих людей о том, что УИС предназначена только для изоляции от общества, наказания, унижения и других негативных воздействий на осужденных. Главная цель УИС – это всё-таки перевоспитание осужденных, исправление, постановка на истинный путь жизни. Данную специфику УИС, на наш взгляд, следует донести до общества посредством СМИ. Необходимо создать в обществе положительный имидж сотрудников УИС.

Мы считаем, что в конечном итоге это позволит повысить мотивацию трудовой деятельности как сотрудников, так и людей, которые хотели бы служить в УИС, а так же, что предложенные меры будут способствовать повышению эффективности системы стимулирования в целом. Указанные пути решения повлияют на психологический климат в коллективе, позволят создать условия для успешной организации трудовой деятельности. Положительный имидж УИС будет способствовать привлечению новых высококвалифицированных работников, которые в свою очередь, будут выполнять основные задачи по перевоспитанию осужденных.

Лтература:

1. Богут П.К., Котлярова А.Г. Управленческая деятельность руководителя подразделения по работе с персоналом: пути решения проблем: Учеб.пособие. – Домодедово: ВИПК МВД России, 2007. – 23 с.
2. Вашаломидзе Е.В. Стимулирование труда государственных и муниципальных служащих. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 226 с.
3. Джидарьян И.А. Влияние нравственной мотивации на развитие и формирование потребностей личности // Тематический сборник. – М., 2005. – 461 с.

4. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: учебник / А.Я. Кибанов. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 695 с.

5. Шамсунов С.Х. Комплексный подход в работе с кадрами – необходимое условие эффективной деятельности // Ведомости уголовно-исполнительной системы. – 2004. – № 3. – С. 25–28.

УДК 658.310.8(07)

*В.Д. Пантелей, Т.А. Гук, студенты 81им факультета
предпринимательства и управления*

*Е.М. Карпенко, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента и
маркетинга УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет»*

Схватка за таланты

Всегда удивляла фраза «Кадры решают все» в контексте развития белорусского национального экономического общества. Особенно, когда слышишь ее из уст руководителей, для которых кадры – это, скорее, ресурсы: трудно управляемые, катастрофически дорогие и сложно предсказуемые.

Исходя из этого, в IT сфере сотрудники начинают предъявлять к работодателям особые требования. Особенно те, кто активно работает на международном рынке.

Оказывается, в борьбе за программистов и прочих IT-специалистов, традиционные методы «перекупа» уже не работают. IT-специалисты хотят от своих работодателей чего-то большего, чем просто высокая зарплата. Что делать в такой ситуации руководителям компаний?

Компании, оказавшиеся в условиях жесткой конкуренции за персонал, подтверждают статистику, что выдающихся кандидатов на рынке не более 2%. А из тех, кто находится в открытом поиске работы (таких около 20% от общей массы специалистов на рынке труда) – выбирать практически некого. Перед рекрутерами стоит сложная задача: «развернуть» свои стратегии поиска на оставшиеся 80%, чтобы отыскать 2% «жемчужин». Очевидно, что если компании с таким трудом удастся найти талантливого сотрудника, непросчитанной глупостью будет его потерять.

Один российский театральный режиссер как-то сказал: «Талант – это чувствительность, а очень талантливый человек – это огромная чувствительность». Представляете, каким деликатным должен быть управленец, чтобы, с одной стороны, не посадить такой персонал себе на шею, а с другой – работать корректно с теми, кто «чересчур чувствительный»!

Там, где не решены вопросы с нормальной оплатой труда (справедливые оклады и премии по результату), говорить об управлении талантами преждевременно. В управлении есть принципиально важное правило – если

у ваших сотрудников реальные претензии к вам по материальным вопросам, любые нематериальные мотиваторы будут восприниматься как недопустимым. Все часто слышат руководители лестные отзывы о материальном стимулировании: «Лучше бы они нам зарплату повысили, чем эти концерты белорусских звезд устраивать». Но если вы разобрались со своими сотрудниками, и обе стороны остались довольны результатом, то рано или поздно возникнет проблема: как не допустить, чтобы в голову лучшим сотрудникам начала закрадываться мысль о переходе к конкуренту.

В конце концов, раз общество научилось работать с физическим капиталом человека, почему бы не научиться работать с его интеллектуальным капиталом? Что представляет собой концепция «управление талантами»? Одним из лидеров в этой области по праву считается компания General Electric. Она уделяет особое внимание соответствию сотрудника ценностям компании. Лидер в GE определяется совокупностью следующих качеств:

- принципиальная и непоколебимая порядочность;
- страстное стремление к мастерству и ненависть к бюрократии;
- открытость идеям, откуда бы они ни исходили;
- уверенность в себе, достаточная для того, чтобы привлекать других и действовать, не обращая внимания на существующие ограничения и преграды;
- огромная энергия и способность заряжать других;
- постановка агрессивных задач и вознаграждение прогресса, но не в ущерб ответственности и обязательности;
- отношение к изменениям как к возможностям, а не угрозам;

Почему же белорусские компании почти гарантированно проиграют схватку за таланты? Тенденции развития управленческого искусства в большинстве белорусских фирм очень прозаичны. Белорусские и российские управленцы и собственники часто по-разному понимают: что такое менеджмент и каким он должен быть.

10 заповедей работы с талантливыми сотрудниками

1. Первым делом, компания должна ответить на вопросы: что такое талант для моего бизнеса? Какие компетенции стоят за этим словом? Что делает компанию лидером рынка?

2. Затем необходимо выяснить: кто из сотрудников обладает потенциалом развития этих компетенций? Раскрыть в человеке его потенциал, который, порой, глубоко спрятан – это настоящее управленческое искусство.

3. Определите: что важно для ваших талантливых сотрудников? Вы готовы разработать для них программу удержания, которая обеспечит их 100%-ную приверженность вашей компании?

4. Посмотрите – как построен ваш рекрутинг? Может ли ваш менеджер по персоналу привлекать в компанию действительно лучших? Очень часто сталкиваешься с ситуациями, когда HR были самым большим злом для

компании, так как лучших людей они не принимали на работу, а отсеивали. Обратите внимание на вашего менеджера по персоналу: можно ли ему доверить такой сложный и важный процесс, как привлечение в компанию талантов? Какие источники поиска им используются? Или HR просто просматривает анкеты безработных, никому не интересных кандидатов?

5. Задайте себе вопрос: насколько хорош ваш HR-бренд? Есть много компаний, которые «на слуху», но ни один уважающий себя кандидат не пойдет туда работать, если ситуация не совсем безысходная. С плохим имиджем лучших руководителей и специалистов вы не привлечете.

6. Выясните: есть ли у вас программа развития талантов? Часто проще вырастить своих, чем гоняться за «чужими».

7. Талант нужно рассматривать как некий носитель опыта и знаний. Причем, ключевых для бизнеса! Даже если вы идеально разработаете и внедрите систему управления талантами, вы не будете застрахованы от увольнения вашего ключевого сотрудника. Рекомендую строить такую систему по принципу: «поделись знаниями и опытом». Если все правильно организовать, люди с огромным удовольствием делятся своими компетенциями. Не зря сейчас так популярны практики управления знаниями, основанные, к примеру, на внутренних корпоративных форумах, где общение и обмен опытом между сотрудниками происходит по принципам социальных сетей. Даже с потерей таланта, знания и навыки останутся в вашей компании.

8. Любопытный вопрос: есть ли в вашей компании лидеры? Или примеры того, что сотрудник может от «электрика» дорасти до «президента»? Прошу не путать понятий «начальник» и «лидер». Если вы сильный руководитель, то вы не боитесь сильных сотрудников. Если нет, то, скорее всего, и подчиненных будете выбирать таких же. В концепции управления талантами важную роль играет наличие руководителей-лидеров.

9. Выясните: есть ли у вас справедливая и понятная для сотрудников система вознаграждения? Причем «справедливость» и «прозрачность» – два необходимых условия. Без грамотно выстроенной системы окладов и премий, которые формируются «по результатам», систему управления талантами не построить. Практика равно распределяет заработную плату, формирует у бездельника ощущение безнаказанности, а у таланта – вызывает чувство бессмысленности усилий.

10. Говоря о результатах работы сотрудника, мы пришли к началу начал – к системе целеполагания: от миссии компании – до целей рядового сотрудника. Если курс компании похож на броуновское движение, то о справедливых премиях не может быть и речи. А значит, вы не решили вопросы с материальной мотивацией сотрудников. Привлечение и удержание талантов будет скорее случайным (как получится), но никак не системным.

Литература:

1. С. Колесников. Схватка за таланты. Почему белорусские компании её проигрывают. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://kolesnikov.by/12-shvatka-za-talanty-pochemu-belorusskie-kompanii-ee-proigryvayut.html>

2. Восканян М. ИТ-персонал. И как заставить его работать? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.iemag.ru/opinions/detail.php?ID=17740>

УДК 651.457.2:373.5(470.12)

Н.А. Петрашова, студентка 634 группы

*Н.В. Фатеева, старший преподаватель кафедры экономики и организации
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Документооборот в БОУ Югской средней общеобразовательной школе

Организация документооборота на любом предприятии является крайне важной и серьезной задачей для делопроизводителя. Однако в некоторых случаях проведение данного мероприятия становится еще и крайне затруднительным, в связи с массой документации поступающей на предприятие.

Цель данной статьи проанализировать организацию документооборота в бюджетном образовательном учреждении (БОУ) Кичменгско-Городецкого муниципального района «Югская средняя общеобразовательная школа» (далее по тексту «Учреждение»), а также рассмотреть способы совершенствования делопроизводства на примере введения электронного документооборота.

Учреждение создано в 1958 году.

Учредителем является Кичменгско-Городецкий муниципальный район. Функции и полномочия учредителя в соответствии с федеральными законами, муниципальными правовыми актами Кичменгско-Городецкого муниципального района осуществляет Управление образования Кичменгско-Городецкого муниципального района (далее по тексту – «Учредитель»).

Учреждение является юридическим лицом, имеет обособленное имущество, самостоятельный баланс, лицевые счета, открываемые в органах казначейства, печать с изображением Государственного герба Российской Федерации, круглую печать с полным наименованием Учреждения на русском языке и указанием места нахождения, имеет штампы, бланки со своим наименованием.

Учреждение является некоммерческой организацией – муниципальным учреждением, тип – бюджетное учреждение, создается для обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федера-

ции полномочий органов местного самоуправления в сфере образования. Государственный статус Учреждения: тип – общеобразовательное учреждение, вид - средняя общеобразовательная школа, определяемые в соответствии с уровнем и направленностью реализуемых им образовательных программ, устанавливается при государственной аккредитации Учреждения, если иное не предусмотрено федеральными законами.

Учебно-воспитательный процесс осуществляют педагоги: средний возраст учителей – 38 лет; средний педагогический стаж – 8 лет. Средний возраст администрации – 43 года.

Имеют высшее образование – 12 учителей (58 %), среднее профессиональное – 6 (31%); незаконченное высшее – 1.

Аттестованы на квалификационную категорию 10 учителей (77 %), в том числе на высшую категорию – нет; на первую категорию - 3 учителя; на вторую категорию – 7 учителей.

Имеют почетное звание «Отличник народного просвещения», награждены Почетными грамотами Министерства образования и науки РФ – 3 учителя.

Повысили квалификацию на курсах ВИРО -19 учителей (100 %), заочно обучается в педагогическом университете -3.

Всего обучающихся 106 человек. Школа осуществляет образовательную деятельность по общеобразовательным (основным) программам:

- начальное общее образование («Перспективная начальная школа»), продолжительность обучения 4 года – 30 учащихся;
- основное общее образование, продолжительность обучения 5 лет – 59 учащихся;
- среднее (полное) общее образование, продолжительность обучения 2 года – 17 учащихся.

Кроме реализации основных общеобразовательных программ осуществляются другие виды деятельности приносящей доход::

- организация работы кружков, секций для обучающихся учреждения;
- реализация образовательных программ профессиональной подготовки («водитель транспортных средств категории «В», водитель транспортных средств категории «С»).[3]

Проблема совершенствования документооборота является одной из наиболее актуальных в современном документоведении.

Документооборот — движение документов в организации с момента их создания или получения до завершения исполнения или отправки. *Организация документооборота* — это правила, в соответствии с которыми происходит движение документов в учреждении. Организация документооборота предусматривает рациональное движение документов, включающее как операции с документами, так и все их перемещения в аппарате управления, т.е. их получение, рассмотрение, передачу на исполнение, организацию исполнения, удостоверения, оформления и отправки.

Основными характеристиками документооборота являются маршрут движения, который включает все инстанции на пути движения документа от создания черновика (или от получения) до подшивки в дело, и время, затрачиваемое на прохождение документов по этому маршруту. Отсюда главное правило организации документооборота — оперативное прохождение документа по наиболее короткому и прямому маршруту с наименьшими затратами времени. Кроме того, при организации движения документов необходимо выполнение следующих правил:

- максимальное сокращение инстанций прохождения документов (за счет исключения технологических операций по обработке документов и управленческих звеньев, не обусловленных деловой необходимостью);
- исключение или максимальное ограничение возвратных движений документов (при их обработке - регистрация и доставка, при их подготовке - визирование и согласование и т.д.);
- максимальное единообразие в порядке прохождения и процессах обработки основных категорий документов, исходя из того, что каждое перемещение документа должно быть оправданным.[1]

У образовательных учреждений своя специфика документооборота. *Школьная документация* отражает состояние образовательного процесса, его содержательность, кадровое обеспечение, финансово-хозяйственную деятельность, осуществляемую школой.

Фиксирование организационно-управленческих и иных решений в школе осуществляется по определенным общепринятым правилам и нормам и в соответствии с нормативно-правовой базой.

Основными направлениями деятельности документоведа являются:

1. организация ведения документооборота и делопроизводства на основе использования информационно-коммуникационных технологий;
2. разработка унифицированной системы документооборота;
3. контроль ведения документооборота и делопроизводства в школе.[4]

У внутришкольного документооборота есть ряд проблем/задач, представленных на рисунке 1.

Для решения приведенных выше проблем Минобрнауки России утвердило план действий по снижению излишнего документооборота в школах путем снижения бюрократизации.

«Результаты проведенного Министерством репрезентативного опроса школ и учителей по проблеме излишнего администрирования показали, что основная и порой излишняя нагрузка на школу по подготовке различной отчетности исходит из самой системы образования», – отмечает директор Департамента государственной политики в сфере общего образования Минобрнауки России Елена Низиенко.

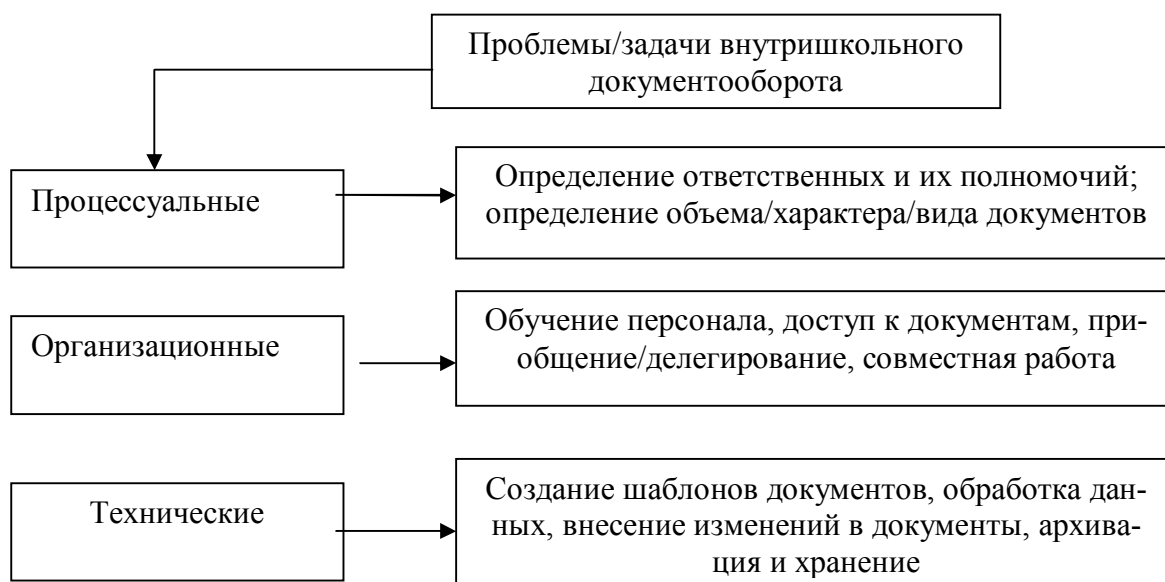


Рис. 1. Проблемы внутришкольного документооборота

«В таких условиях увеличивается не только нагрузка на учителей и директоров школ по подготовке и предоставлению информации, но и основная задача школы – предоставление качественного образования для каждого ребёнка – становится трудновыполнимой» – подчёркивает Е.Низиенко.

Реализация принятого плана действий по снижению бюрократизации позволит:

- сократить число запросов в адрес региональных, муниципальных органов управления образованием и общеобразовательных учреждений;
- ввести в эксплуатацию единую автоматизированную систему мониторинга образования;
- осуществить переход на оказание государственных услуг в электронном виде. [2]

В перспективе рассматривается введение электронного документооборота в БОУ Югской средней общеобразовательной школе, однако придется решать определенный ряд проблем:

- проблема «сведения» информации из разных документов в один;
- проблема хранения и организации доступа к документам;
- проблема обратной связи при проверке документов;
- проблема организации совместной работы над одним документом;
- проблема неучастия/пассивности части коллектива в документообороте;
- проблема отсутствия навыков работы с документами у учителей;
- проблема низкой скорости оборота;
- проблема отсутствия стандартов/шаблонов для документов (неудобных шаблонов);
- проблема внесения изменений в документы и многие другие.

На сегодняшний день многие школы России уже ввели электронный документооборот, ниже представлены некоторые из них:

- в школах Челябинска переход осуществлен централизованно, все школы используют одну и ту же площадку - систему NetschoolСетевой город: Образование. (Данная система позволяет вести электронный журнал, вносить планирование уроков, составлять различные отчеты (более 40 видов), организовывать дистанционное обучения).

- Ковалев Д.А. предлагает вариант с использованием файлохранилища в локальной сети. Суть проста: на локальном сервере создается общая папка с доступом со всех компьютеров. Пользователи копируют нужные файлы в соответствующие папки.

- еще один вариант предложен Л. Рождественской. В качестве площадки выбраны сервисы Google. Это и электронная почта, и возможность хранить свои файлы, делиться ими, совместная работа над документами, возможность объединяться в группы.[1]

Таким образом, реализация всех преимуществ электронных систем в школе возможна лишь при решении проблемы документооборота в школе, т.е. когда в ее состав включена такая организационная структура, в которой любая информация легкодоступна.

Литература:

1. Давыдова, Э.Н. Пути совершенствования организации документооборота / Э.Н. Давыдова // Архивы и делопроизводство. – 2003. – № 4. – С. 9–16

2. О сокращении объёмов и видов отчётности, представляемой общеобразовательными учреждениями. Министерство образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2012 года, № ДЛ-150/08.

3. Устав бюджетного образовательного учреждения Кичменгско-Городецкого муниципального района «Югская средняя общеобразовательная школа».

УДК 339.138

А.Г. Попова, студентка 644 группы

*М.И. Иванова, к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Маркетинговое исследование потребительского спроса на шоколад на рынке города Грязовца

Шоколад - кондитерское изделие, получаемое на основе какао-продуктов и сахара, в составе которого не менее 35% общего сухого остат-

ка какао-продуктов, в том числе не менее 18% масла какао и не менее 14% сухого обезжиренного остатка какао-продуктов [1].

Актуальность исследования обусловлена ростом российского рынка шоколада, но о «настоящем шоколаде» наш потребитель фактически ничего не знает, эта проблема обусловила цель работы.

Цель исследования:

- дать характеристику грязовецкому рынку шоколада и шоколадных изделий на нем:

- изучить потребление шоколада в Грязовце;

- охарактеризовать потребительские предпочтения горожан;

- выявить проблемы рынка шоколада в Грязовце.

История шоколада насчитывает более трех тысячелетий. Изначально шоколад употреблялся только как напиток. В 1527 году Кортес возвращается в Испанию и привозит свой любимый напиток - пенящийся, густой и похожий на сироп шоколад. Знатки вводит огромные налоги на какао-бобы, чтобы сделать напиток наслаждением для избранных. Шоколад того времени был дорог, так как его обрабатывали традиционным ацтекским методом - рабочие стояли на коленях, дробя бобы.

XIX век стал революционным в производстве шоколада.

В 1820 году в Англии произвели первую плитку шоколада " Fry & Sons", представляющую из себя смесь ликера, шоколада, сахара и масла какао.

Сегодня в мире - несколько элитных шоколадных марок. Благодаря им производство шоколада возведено до уровня искусства. Россия только открывает для себя эту культуру [2].

«Основные компании российского рынка шоколада - Kraft, Nestle, Mars, холдинг «Объединенные кондитеры».

Российский рынок шоколада и шоколадных изделий ежегодно увеличивается. По мнению экспертов, это один из наиболее перспективных рынков в мире. За 2008-2012 гг. объем потребления шоколадной продукции россиянами вырос на 12,9%: с 7,99 до 9,02 кг в год на одного потребителя. Рост среднего потребления связан с расширением ассортимента и активным маркетингом шоколадной продукции. В 2013 – 2017 гг. уровень потребления шоколада и какао-продукции продолжит расти, но темпы роста будут постепенно снижаться - это связано с насыщением рынка шоколадной продукции в России. По оценкам BusinessStat, уровень потребления шоколада и какао-продуктов в стране в 2017 году составит 11,35 кг. Вследствие роста цен на какао-бобы (снижение урожая в Кот-д'Ивуаре) дорожает шоколад и шоколадные изделия. Существенное увеличение цен отмечается только на шоколад с долей какао более 54% и шоколад класса «люкс». На российском рынке при этом существенную долю рынка занимает не горький шоколад, а так называемые кондитерские плитки, в производстве которых используется какао-порошок, который дешевле нежели тертое какао или какао-масло.

Полезность горького шоколада

1. Шоколад полезен для сердца. У людей, регулярно употребляющих шоколад, риск болезней сердца сокращается на 37%.

2. Шоколад улучшает настроение, увеличивая содержание серотонина в мозге. Исследования, доказывающие, что шоколад является еще и афродизиак, продолжаются.

3. Шоколад снижает риск инфарктов у мужчин на 17%, о именно этот вывод сделали ученые после эксперимента, в котором мужчины съедали 63 грамма шоколада в неделю в течение 10 лет.

4. Итальянские ученые доказали, что люди, которые едят много шоколада, реже страдают слабоумием в старости.

5. Шоколад притупляет чувство голода. Достаточно съесть 10 грамм черного шоколада, чтобы голод прошел.

6. Любители шоколада живут дольше. Исследование, доказывающее это, продолжалось больше 60 лет. Регулярное поедание шоколада способно прибавить год жизни.

7. После небольшой порции шоколада люди лучше справляются с математическими задачами – это доказали ученые из Великобритании. Многие утверждают, что после нескольких кусочков шоколада им лучше думается.

8. Ученые доказали, что чашка горячего шоколада успокаивает больное горло и подавляет кашельный рефлекс.

9. По статистике, в странах, где люди едят больше шоколада, больше Нобелевских лауреатов [3].

Как же выбрать шоколад, чтобы он приносил пользу?

Когда говорят «качественный шоколад» - то это хорошо темперированный шоколад.

Шоколад с неправильными формами кристаллизации шоколадной массы имеет грубый вкус и к тому же на поверхности может иметь серый налет - «седину» - представляющую засохшее на поверхности шоколада какао-масло образующееся при неправильном темперировании. Пищевые ценности такого шоколада сохраняются, но он обладает неприятным внешним видом и грубым вкусом и у кондитеров считается браком.

Именно какао-масло - золотистого цвета и приятного вкуса продукт - дарит нам то незабываемое ощущение радости, которое человек чувствует, когда плитка хорошего шоколада тает у него во рту.

Выбирая шоколад нужно:

В первую очередь нужно обратить внимание на состав. Какао тертое – обязательный компонент настоящего и полезного шоколада, если за место него вы обнаружите какао порошок, то это не делает шоколад вредным, но говорит о том, что производитель сэкономил.

Если на продукте появился седоватый налет, то не следует думать, что он испортился или не является настоящим, это результат неправильно-

го хранения. Так может повести себя только натуральный шоколад, а не шоколадная или сладкая плитка. Настоящий тает не только во рту, но даже в руках. «Поседеть» шоколад может и в другой стрессовой ситуации – переохлаждение. Хранить сладость нельзя в холодильнике, иначе она покроется «сахарным инеем». Перемерзший шоколад будет горчить и скрипеть на зубах.

Лучший молочный шоколад не содержит растительных жиров, которые служат заменителями обязательного полезного компонента - какао-масла. Если в составе обнаружится жир элексан, соевое, подсолнечное, пальмовое или хлопковое масла, то такое изделие не является шоколадом и носит название «кондитерская плитка». Единственный плюс кондитерской плитки - это низкая цена. Стоит отметить, что в составе должно быть указано именно какао-масло, а не эквивалент какао-масла или же какой-нибудь сомнительный жир специального назначения, который может нанести вред организму.

В шоколаде допустимо наличие консервантов, если они составляют не больше 5% от общей массы, но если указан такой компонент как «добавки», то это ставит качество продукта под сомнение.

Обратите внимание на цену, качественный шоколад никак не может стоить дешево.

Хороший шоколад должен иметь глянцевую поверхность. Цвет насыщенный, темно-коричневый, ни в коем случае не черный. Разломите плитку. Качественный шоколад издает специфический хруст. Смотрите также срок годности.

Провести четкую сегментацию рынка шоколада невозможно, но в целом исследователи выделяют три различных типа покупателей шоколада, каждый из которых отличается своим особым поведением и требованиями. К первой категории относятся потребители, для которых на первом месте стоит удобство. Эти любители шоколада предпочитают забежать за батончиком в ближайший магазин или приобрести целую упаковку из нескольких батончиков во время еженедельного похода за покупками.

Третья категория - покупатели, предпочитающие элитную продукцию.

Многие при покупке шоколада, прежде всего, обращают внимание на соотношение цены и качества - это вторая категория.

Согласно данным исследования, сейчас наблюдается тенденция к увеличению доли продукции премиум-класса, а также появлению у крупных премиальных брендов «налета массовости на фоне растущего стремления потребителей к ежедневной роскоши».

Таблица 1 – Ценовая сегментация рынка шоколада

Сегменты	Розничная цена рублей/килограмм
Низкий	До 350
Средний	350-500
Премиальный	Более 500

С 14.03.2014 по 16.03.2014 было проведено маркетинговое исследование спроса на хлеб на рынке города Грязовца. Было опрошено 50 человек (табл. 1).

Для Грязовца характерен низкий и средний ценовой сегменты, шоколад премиального ценового сегмента представлен мало. Таким образом, можно заключить, что, с точки зрения конкуренции, рынок шоколада испытывает влияние такой тенденции как постепенная «олигополизация» рынка, которая выражается в доминировании на рынке небольшого числа производителей.

Шоколад и шоколадные изделия продаются в Грязовце в каждом продовольственном магазине. Глубина ассортимента оставляет желать лучшего, так, например, ни в одном из магазинов мы не найдем такой шоколад, как Lind Excellence, Roshen, Cadbury, Chocolate, Nue, Lindt, Шоколад O'Zega и многих других представителей премиум - класса. Нет в магазинах города и новинок - шоколада без сахара или так называемого диабетического шоколада. Так же существует проблема с глубиной ассортимента шоколада, в магазинах представлено не более 2-3 разновидностей шоколада.

После проведения опроса и анализа ответов респондентов было выявлено, что:

1) Среди опрошенных людей наибольшее количество женщин (66%), Большинство респондентов – работающие, их 29 человек, студентов – 16, пенсионеров – 5. Основная возрастная категория респондентов 31-50 лет, таких 34%, а 28% респондентов больше 50 лет.

2) Не все жители города Грязовца едят шоколад, а именно 92% опрошенных.

3) Шоколад в основном приобретают для себя, а именно 54% (27 человек), 30% (15 респондентов) покупают шоколад для всей семьи, 22% (11 покупателей) специально для детей.

4) Идя в магазин, 45% покупателей уже знают, какой шоколад они купят, 29% покупателей посмотрят перед покупкой на цену, 23% обратят внимание на производителя, а для 3% окажется важна упаковка.

5) Вкусовые предпочтения при выборе шоколада совершенно разнообразные, есть те, кто любит все виды шоколада, а кто-то исключительно горький или молочный. Потребители предпочитают, чтобы плитка шоколада была упакована в фольгу и бумагу, или в обертку, с многоразовой застежкой.

7) 44% респондентов удовлетворены ассортиментом шоколада в магазинах города, а 4% он не устраивает.

После анализа результатов исследования появились следующие предложения:

1. Так как не все жители города Грязовца удовлетворены ассортиментом шоколада, а большинство затруднилось ответить на этот вопрос (52%), то торговым точкам города необходимо расширить ассортимент шоколада, особенно это касается премиального ценового сегмента, так как шоколад по цене более 50 рублей найти трудно, а треть (32%) потребителей предпочитают приобретать плитку шоколада по цене более 50 рублей;

2. Проводить акции, так как 50% респондентов, сказали, что будут покупать большее количество плиток шоколада при проведении акций и снижении цен;

3. Необходимо включить в ассортимент так называемый диабетический шоколад, так как он менее калорийный, и это позволит любителям вкусного приобретать большее количество шоколада.

Литература:

1. КонсультантПлюс: Шоколад. Общие технические условия. ГОСТ Р 52821-2007 (утв. Приказом Ростехрегулирования от 27.12.2007 N 448-ст).

2. <http://www.rg.ru> - Юлия Кривошапко «Сладости российского производства могут подорвать и проиграть конкуренцию импортным».

3. <http://www.abrikosov-sons.ru> - Андрей Абрикосов «Шоколадные технологии. Секреты производства шоколада».

УДК 339.137:637.1/3

*В.С.Сухоцкая, студентка 4 курса факультета
предпринимательства и управления*

*Е.М. Карпенко, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента и
маркетинга УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет»*

Оценка эффективности брендинговой деятельности молокоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь

Актуальность данной проблематики заключается в том, что изучение и анализ брендинга позволяет руководителям предприятий удержать свои позиции на рынке, повысить конкурентоспособность продукции и сохранить эффективность деятельности. В связи с этим целью работы является оценка эффективности брендинговой деятельности молокоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь. Объект исследования: молокоперерабатывающие предприятия Республики Беларусь.

Рыночная власть характеризует эффективность процесса взаимодействия выхода производственной системы с внешней средой. Косвенным показателем наличия рыночной власти служит отношение темпа роста рентабельности капитала предприятия к темпу роста эффективности использования им производственных ресурсов. В качестве источника рыночной власти выступает занятие относительно (по отношению к контрагентам или какому-либо контрагенту) доминирующего положения на рынке и/или наличие возможностей по изменению его институциональной структуры. Доминирующее положение на рынке может являться следствием реализации стратегии предприятия (в том числе его рыночной позиции - занятие рыночной ниши, географическая обособленность рынка и т.п.) и/или сложившейся рыночной конъюнктуры. Таким образом, рыночная власть не только «структурное», но и «поведенческое» понятие, поскольку она определяется не только текущим положением на рынке, но предшествующим поведением предприятия в конкуренции.

Среди факторов, которые в значительной степени влияют на рыночную власть, выделяют, в том числе и использование дифференциации товара. А неотделимость бренда от продукта является исходным элементом в анализе природы бренда с позиции дифференциации продукта. Ф. Котлер определяет дифференциацию как «процесс разработки ряда существенных особенностей продукта, призванных отличить его от продуктов конкурентов» [2]. Таким образом, бренд можно рассматривать как фактор дифференциации товара.

С понятием «бренд» связано несколько характеристик, которыми оперируют специалисты. Каждый бренд обладает определенными атрибутами, т.е. функциональными или эмоциональными ассоциациями, присвоенными ему покупателями или потенциальными клиентами. Атрибуты бренда могут быть как позитивными, так и негативными, обладать различной силой и иметь различную значимость для сегментов рынка. Все атрибуты в совокупности составляют индивидуальность бренда, которая выражает некое долгосрочное обещание потребителям от владельцев бренда.

В каждый конкретный момент любой бренд обладает определенным имиджем - уникальным набором ассоциаций, которые в настоящий момент существуют в умах потребителей. Эти ассоциации выражают то, что означает бренд именно сейчас, и являются определенным обещанием производителей бренда потребителям в данный момент времени. Имидж торговой марки особенно важен для однородных товаров — при помощи имиджа торговой марки они дифференцированы в сознании потребителей. Дифференциация продукта влечет за собой рост разнообразия продуктов на отраслевом рынке, а, следовательно, расширяет потребительский выбор.

Кроме того, дифференциация продукта вынуждает потребителей к постоянному отслеживанию изменений в наборе свойств продукта.

Цель брендинга - создание четкого образа бренда и четкое формирование направления коммуникаций. Брендинг включает в себя работы по исследованию рынка, позиционированию продукта, созданию имени, дескриптора, слоган, системы визуальной и вербальной идентификации (товарный знак, фирменный стиль, упаковка, специальные звуки и т.д.), использованию идентификационных и коммуникационных носителей, отражающих и транслирующих идею бренда.

На рынке молочной промышленности Республики Беларусь конкурирует большое количество молокоперерабатывающих предприятий, однако не все торговые марки являются брендами.

Бренд для компании имеет больший вес и значение в ее бизнес-процессах, чем это было ранее, когда все определяло только технологическое превосходство. Именно в последние годы мы можем наблюдать ситуацию, когда компания владеет только брендом, и, не имея больших производственных мощностей, является лидером рынка по объемам исключительно за счет производственного аутсорсинга. Для таких компаний бренд является самой большой ценностью и фактически его потенциальная стоимость может равняться стоимости самой компании.

Рейтинг самых дорогих белорусских брендов впервые был составлен в 2010 [1]. Рейтинг «БелБренд2013» является четвертым рейтингом белорусских брендов в данной серии, позволяя не просто констатировать сухие цифры потенциальной стоимости брендов, но и видеть динамику изменения этого показателя из года в год, а также наблюдать общий инвестиционный и конкурентный уровень в каждой отрасли, где представлены бренды, вошедшие в ТОП100. Стоимость брендов, указанных в рейтинге, выражена в миллионах долларов США (табл. 1).

Таблица 1 – Места брендов молочной промышленности в рейтинге «БелБренд2013»

№ в рейтинге	Название	Стоимость	Предприятие
3	 Бабушкина крынка	65,4	ОАО «Бабушкина крынка»
7	 Савушкин продукт	46,4	ОАО «Савушкин продукт»
31	 Славянские традиции	10,1	ОАО «Минский молочный завод №1»

Продолжение таблицы 1

48		Лепелька	7,55	ОАО «Лепельский молочноконсервный комбинат»
60		Здравушка	4,95	ОАО «Борисовский молочный комбинат»
61		Лидская буренушка	4,9	ОАО «Лидский молочно-консервный комбинат»
62		Беллакт	4,85	ОАО «Беллакт»
69		Рогачевь	3,9	ОАО «Рогачевский молочноконсервный комбинат»
74		Минская марка	3,25	ОАО «Минский молочный завод №1»
81		Ласковое лето	2,6	ОАО «Савушкин продукт»
83		Березка	2,2	ОАО «Березовский сыродельный комбинат»
94		Молочный мир	1,4	ОАО «Молочный мир»
99		Моя Славита	1,1	ОАО «Милкавита»

Методика оценки потенциальной рыночной стоимости брендов основана на оценке деятельности компаний, владеющих такими брендами, а также на ряде факторов прямо либо косвенно влияющих на позиции бренда на рынке, и отображающих будущие перспективы каждого бренда, возможности его развития и потенциальные угрозы.

Формула расчета стоимости бренда:

$$V = F_c \cdot (I_q \cdot G_q \cdot T_q \cdot C_q) \cdot U_{id} , \quad (1)$$

где V - стоимость бренда; F_c - композитный финансовый показатель; I_q - инвестиционный коэффициент; G_q - географический коэффициент; T_q - технологический коэффициент; C_q - конкурентный коэффициент; U_{id} - коэффициент уникального идентификатора бренда.

Главной особенностью методики агентства MPP Consulting по оценке потенциальной рыночной стоимости брендов является базовое определение стоимости бренда, которое включает в себя исключительно стоимость

самой торговой марки без учета производственных мощностей, инфраструктуры компании, патентов, изобретений и других материальных или интеллектуальных ценностей.

Таким образом, в общем рейтинге самых дорогих белорусских брендов только 13 из 100 в молочной промышленности. При этом только у ОАО «Савушкин продукт» и ОАО «Минский молочный завод №1» по 2 бренда в этом рейтинге общей стоимостью 49 и 13,35 млн долларов США соответственно. Третье место в общем рейтинге и первое среди продуктов молочной промышленности занимает бренд «Бабушкина крынка» ОАО «Бабушкина крынка» стоимостью 65,4 млн долларов США.

Затраты вложенные в создание и поддержание бренда на рынке окупаются за счет повышения конкурентоспособности предприятия, так как при ее оценке важным критерием для потребителей является узнаваемый бренд. Любое предприятие, приобретая бренд, приобретает и очень важный ресурс - позиционирование в сознании потребителя. Итогом правильного позиционирования является формирования образа бренда в воображении, восприятии, понимании целевой аудитории таким образом, чтобы этот бренд как можно более выгодно отличался от бренда конкурентов. Одним из показателей позиционирования является уровень интенсивности, который находится по формуле:

$$И = \frac{\Pi_n}{\Pi_{1n}}, \quad (2)$$

где Π_n - среднее количество продукции предприятия, приобретаемое покупателем; Π_{1n} - среднее количество продукции, приходящегося на одного покупателя на рынке.

В ходе работы было проведено маркетинговое исследование белорусских потребителей методом опроса в одном из продовольственных магазинов Минска. Покупателям предложили назвать бренды, которые у них ассоциируются с видами молочной продукции. В результате, мнения потребителей не разделились (рис.1).

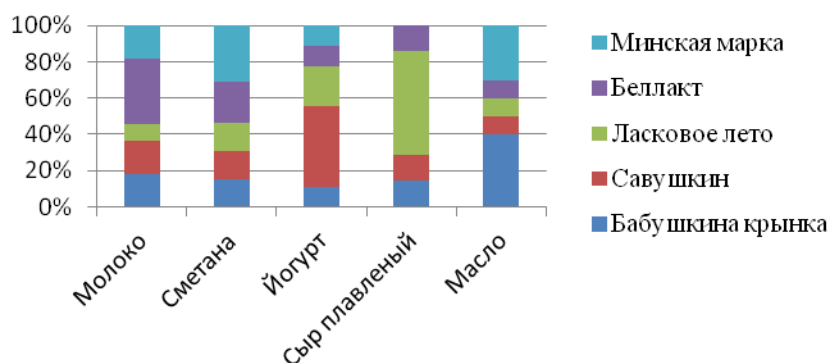


Рис. 1. Позиционирование брендов в сознании потребителей

При выборе молока предпочтение отдается ТМ «Беллакт», сметану выбирают ТМ «Минская марка», йогурты – ТМ «Савушкин», сыр плавленый – ТМ «Ласковое лето», масло - ТМ «Бабушкина крынка». Также мы выяснили, что же является основным критерием при выборе молочной продукции (рис. 2).

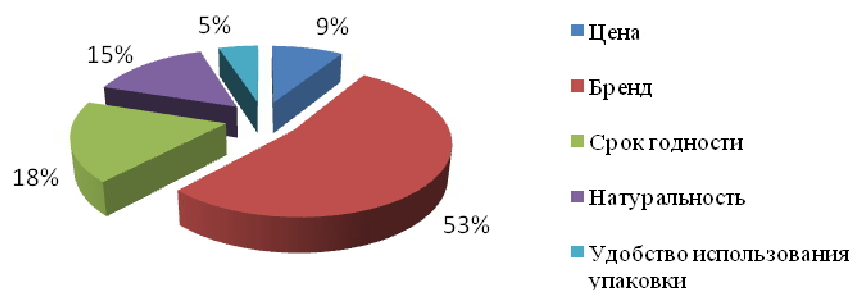


Рис. 2. Критерии выбора потребителями молочной продукции

Таким образом, при выборе продукции потребители в первую очередь обращают внимание на бренд. Это в очередной раз показывает значимость эффективной брендинговой деятельности молокоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь.

Литература:

1. БелБренд 2013 [Электронный ресурс]. — Минск, 2014. — Режим доступа: <http://www.slideshare.net/melnikpavel/belbrand2013>. — Дата доступа: 27.04.2014.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с.
3. ОАО «Бабушкина крынка» — управляющая компания холдинга «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка» [Электронный ресурс]. — Минск, 2014. — Режим доступа: <http://babushkina.by/> — Дата доступа: 26.04.2014.

УДК 658.114.44

М.А. Ширяева студентка 323 группы, инженерно-экономического факультета

Кольев А. А., к.э.н. доцент кафедры управления экономической деятельностью в УИС

ФКОУ ВПО «Вологодского института права и экономики ФСИН России»

Совершенствование кадровой политики учреждений УИС

Особое место в системе правоохранительных органов занимает уголовно-исполнительная система, которая реализует исполнение наказаний, а так же задачи воспитания осужденных, производственно-хозяйственную деятельность, материально-бытовое и медицинское обеспечение.

Актуальность данного исследования, а именно управления развитием и использованием персонала заключается в том, что кадры должны рассматриваться как решающее условие достижения стратегических целей организации. В этой связи среди мер, призванных поднять эффективность функционирования уголовно-исполнительной системы РФ, управления её деятельностью, первостепенное значение в современных условиях приобретает научно-обоснованная работа с кадрами. Необходимость улучшения работы с кадрами обусловлена также потребностью модернизации всей системы государственной службы, интеграции органов и учреждений УИС Минюста России в систему исправительных учреждений мирового сообщества. Вместе с тем кризисные явления в российском обществе рельефнее обозначили проблемы, связанные с отбором, подготовкой и воспитанием кадров органов УИС, их правовой и социальной защитой. Они нашли свое выражение в увеличении структуры, снижении уровня профессионализма, значительного допуская нарушений законности сотрудниками органов и подразделений УИС РФ. Эти и другие негативные явления выдвигают на первый план вопросы совершенствования работы с кадрами органов и учреждений УИС, научной обоснованности кадровых решений руководителей органов и учреждений УИС, совершенствования деятельности кадровых аппаратов по реализации государственной кадровой политики РФ.

Целью работы является определение путей совершенствования кадровой политики.

Что бы раскрыть цель необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть сущность кадровой политики.
2. Выявить проблемы, существующие в кадровой политике УИС.
3. Определить пути решения, существующих проблем в кадровой политике УИС.

Кадровая политика УИС – это система правил, принципов, целей и задач направленных на совершенствование кадрового обеспечения органов и учреждений УИС.

В рамках кадрового обеспечения работников уголовно-исполнительной системы предполагается:

- определение нормативов штатной численности работников исправительных учреждений и следственных изоляторов на основе принятых норм законодательства Российской Федерации и международной практики, установление оптимальной нагрузки на работников уголовно-исполнительной системы, работающих в непосредственном контакте с осужденными и лицами, содержащимися под стражей;

- выработка требований к служебному поведению работников уголовно-исполнительной системы, создание правовых и организационных условий для их соблюдения;
- разработка и принятие мер (стандартов), основанных на единой системе обязанностей, запретов и ограничений, направленных на предупреждение коррупции;
- проведение комплекса мероприятий по дальнейшему развитию структуры профессионального образования работников уголовно-исполнительной системы;
- повышение качества образовательных программ в области юриспруденции, экономики, государственного управления, усиление антикоррупционной направленности в образовательных программах дополнительного профессионального образования работников уголовно-исполнительной системы;
- реализация политики сокращения штатной численности работников уголовно-исполнительной системы за счет использования в работе инновационных технологий;
- широкое применение практики материального и морального стимулирования работников уголовно-исполнительной системы, дальнейшее развитие системы мер поощрения;
- повышение качества службы и условий труда работников уголовно-исполнительной системы, соответствующих характеру работы и уровню условий труда работников пенитенциарных учреждений развитых европейских государств и т. д. [1].

Система работы с кадрами состоит из следующих элементов:

- определение количества сотрудников, их должностной категории и уровня профессиональной подготовки;
- работа с кадрами: подбор, расстановка, перемещение, формирование резерва на выдвижение, оценка работников;
- стимулирование трудовой активности и воспитание кадров: применение мер морального и материального стимулирования, дисциплинарная практика, соблюдение служебной дисциплины и законности;
- подготовка кадров: первоначальная, боевая и физическая подготовка, переподготовка, повышение квалификации [2].

Так же необходимо отметить роль руководителя в коллективе, он является регулятором качественного и количественного состояния социального объекта управления, то есть коллектива.

Деятельность сотрудников кадровых аппаратов и служб на современном этапе имеет большое значение в вопросах подбора, отбора, изучения, организации прохождения испытательного срока, проведения первоначальной, профессиональной подготовки и переподготовки, осуществлении расстановки, перемещения, формирования резерва на выдвижения, проведение оценки сотрудников различных служб органов УИС.

Существует несколько направлений кадровой политики: управление персоналом организации; подбор и расстановка персонала; оценка и аттестация персонала; развитие персонала; стимулирование и мотивация персонала и другие.

В данной статье мы рассмотрим особенности подбора и расстановки кадров. Так, в данной сфере в УИС существуют следующие проблемы:

1. Несоответствие профиля полученной специальности сотрудников замещаемой должности. Молодые сотрудники приходят на работу в УИС с недостаточным уровнем профессиональной подготовки. Это объясняется тем, что многие сотрудники работают не по своей специальности, а занимают свободную должность, для которой может быть нужно совершенно другое образование. Например, сотрудники с юридическим образованием занимают должности, соответствующие психологическому профилю подготовки.

2. Невысокий уровень подготовки кандидатов на службу в УИС. Многие кандидаты не имеют необходимой профессиональной, огневой и физической подготовки. Вследствие этого они не выдерживают существующих нагрузок и уходят из системы.

3. Низкий уровень мотивации кандидатов на службу в УИС. Многие люди идут на работу в систему только из-за материального достатка и социальных гарантий. Будущие сотрудники не задумываются об ответственности, об обязанностях которые будут нести, а думают только о большом денежном довольствии и социальных гарантиях.

4. Сложность адаптации будущих сотрудников к службе в УИС. Многие молодые сотрудники идут работать в систему, но даже не представляют характер работы, долгое время не могут научиться работать со спецконтингентом. Особенно в сложившихся условиях сложно адаптироваться гражданскому персоналу.

Для решения выявленных проблем мы предлагаем следующие направления:

1. Подбор кандидатов на службу в УИС в соответствии с профилем их специальности. При отборе персонала на службу нужно стараться подбирать должности молодым сотрудникам в соответствии с их специальностью.

2. Компетентный отбор кандидатов, поступающих на службу в УИС. Только после зачисления работника на службу, он сдает зачеты по огневой подготовке, физической культуре, что дает большой минус. А нужно перед приемом сотрудника на работу проверить его профессиональную подготовку. Нужно сразу отсеивать сотрудников не пригодных для службы.

Должна проводиться периодическая проверка сотрудников на пригодность к действиям в условиях, связанных с применением физической силы, специальных средств и огнестрельного оружия, осуществляется кад-

ровыми подразделениями по месту службы сотрудников, а также в образовательных учреждениях профессионального образования ФСИН России согласно учебно-тематическим планам и программам.

Должно осуществляться повышение квалификации сотрудников и их переподготовка.

3. Повышение уровня мотивации сотрудника к службе. Мы выяснили, что основным мотивом идти на работу в УИС является материальный достаток. Нужно формировать другие мотивы к службе у сотрудников в УИС.

Для каждого, кто хочет посвятить себя службе в УИС доводить информацию, что сотрудник обеспечивает охрану прав, свобод и законных интересов осужденных и лиц, содержащихся под стражей, следует требованиям Присяги, служебного долга, дорожит честью представителя УИС, соблюдает нравственные нормы поведения.

Так же необходимо проведение воспитательной работы. Воспитательная работа заключается в проведении комплекса информационно-пропагандистских, индивидуально-психологических, правовых, социально-экономических, морально-этических, культурно-досуговых, спортивно-массовых и иных мероприятий, осуществляемых субъектами воспитательной деятельности и направленных на формирование у работников УИС необходимых профессиональных качеств. Воспитательная работа предполагает единство и согласованность действий всех субъектов воспитания [3].

4. Совершенствование адаптации сотрудников к службе. За каждым молодым сотрудником должен закрепляться наставник, который будет проводить беседы с сотрудником, научить обращаться со спецконтингентом.

Во многих организациях УИС существует такая программа, но она работает формально. С сотрудниками наставник не занимается, ссылаясь, на недостаток времени.

Так же должно проводиться психологическое сопровождение с сотрудниками. С молодыми специалистами должен работать психолог, проводить тесты, помочь сотруднику быстрее адаптироваться к службе в УИС.

Предложенные мероприятия позволят улучшить процесс отбора и расстановки кадров, что приведет к повышению эффективности кадровой политики учреждений УИС.

Литература:

1. Концепция развития УИС РФ
2. Огородников, В. И. Организация работы кадровых служб Федеральной службы исполнения наказаний: Курс лекций / В. И. Огородников, Д. А. Брыков. – Рязань, 2005. – с. 28

3. Приказ Федеральной службы исполнения наказаний от 28 декабря 2010 г. N 555 "Об организации воспитательной работы с работниками уголовно-исполнительной системы"

Секция 5 «Проблемы социальных и гуманитарных наук»

УДК 008

Р.Е. Борзенко, А.А. Гордеева студенты 611 и 612 групп
Э.Г. Симонян, к.ф.н., доцент кафедры философии и истории
 ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Массовая культура и ее отличительные особенности

Актуальность: В настоящее время обновление социокультурного пространства большинства стран носит динамичный характер. Уходят в прошлое многие традиции, на первый план выступают те свойства и качества культуры, которые порождены глобальными тенденциями. В условиях стремительных социокультурных трансформаций особый интерес представляет изучение способности человека к самореализации в социокультурных изменениях. Процессы коренных перемен затрагивают в настоящее время не только экономическую сферу, но и культурные основания. В обществе, вступившем в постиндустриальную стадию развития, массовая культура стала ведущей культурной формой, под влиянием процессов глобализации она превратилась в феномен общемирового масштаба. В этих условиях особую актуальность приобретает проблема взаимодействия личности и массовой культуры.

Цель: Объяснить сущность «массовой культуры», показать ее характер, выявить положительные и негативные стороны и показать какую роль она играет в жизни общества, и какое оказывает на него влияние.

Задачи:

- Рассмотреть основные понятия массовой культуры;
- Рассмотреть отличительные особенности массовой культуры
- Ознакомиться с социальными функциями массовой культуры;

Объект исследования:

Средства массовой культуры и её влечение на общество

Методика:

Выделить факторы, формирующие массовую культуру, показать роль средств массовых коммуникаций в массовой культуре, перечислить основные элементы массовой культуры, дать характеристику механизма и функций массовой культуры

Массовая культура - это состояние, а еще точнее, культурная ситуация, соответствующая определенной форме социального устройства, иначе говоря, культура «в присутствии масс», а также это сложный феномен, по-

рожденный современностью и не поддающийся однозначной оценке. Она с момента своего появления стала для философов, социологов предметом изучения и острых дискуссий.

Чтобы говорить о наличии массовой культуры, необходимо сначала упомянуть о исторической общности, именуемой массой, а также о массовом сознании. Они связаны и не существуют изолированно друг от друга, выступают одновременно и «объектом», и «субъектом» масскульты.

Появление массовой культуры связано со становлением на рубеже XIX-XX вв. *массового общества*. Материальной основой произошедших в XIX в. существенных перемен стал переход к машинному производству. Но индустриальное машинное производство предполагает стандартизацию, причем не только оборудования, сырья, технической документации, но и умений, навыков работников, распорядка рабочего дня и т. д. Затронули процессы стандартизации и духовную культуру.

Достаточно четко обозначились две сферы жизни работающего человека: работа и досуг. В результате возник платежеспособный спрос на те товары и услуги, которые помогали провести досуг. Рынок на этот спрос ответил предложением «типового» культурного продукта: книг, фильмов, граммофонных пластинок и т. д. Они были предназначены прежде всего для того, чтобы помочь людям интересно провести свободное время, отдохнуть от монотонного труда.

Использование в производстве новых технологий, расширение участия масс в политике потребовали определенной образовательной подготовки. В индустриально развитых странах делаются важные шаги, направленные на развитие образования, прежде всего начального. В результате в ряде стран появилась обширная читательская аудитория, а вслед за этим зародился один из первых жанров массовой культуры - массовая литература.

Ослабленные с переходом от традиционного общества к индустриальному непосредственные связи между людьми отчасти заменили появившиеся средства массовой коммуникации, способные быстро транслировать разного рода сообщения на большую аудиторию.

Массовое общество, как отметили многие исследователи, породило его типичного представителя - «человека массы» - главного потребителя массовой культуры. Философы начала XX в. наделяли его преимущественно отрицательными характеристиками - «человек без лица», «человек - как все». В первой половине прошлого века испанский философ Х. Ортега-и-Гасет одним из первых дал критический анализ этого нового социального феномена - «массового человека». Именно с «массовым человеком» связывает философ кризис высокой европейской культуры, сложившейся системы общественной власти. Масса вытесняет элитарное меньшинство («людей с особыми качествами») с ведущих позиций в обществе, замещает его, начинает диктовать свои условия, свои взгляды, свои вкусы. Элитарное меньшинство - те, кто требует от себя многого и сам на себя взваливает тя-

готы и обязательства. Большинство же не требует ничего, для них жить - это плыть по течению, оставаясь такими, какие есть, не силясь превзойти себя. Основными чертами «массового человека» Х. Ортега-и-Гасет считал безудержный рост жизненных запросов и врожденную неблагодарность ко всему, что эти запросы удовлетворяет. Посредственности с безудержной жадной потреблением, «варвары, которые хлынули из люка на подмостки сложной цивилизации, их породившей» - так нелестно характеризует большую часть своих современников философ.

В середине XX в. «массового человека» во все большей степени стали соотносить не с «восставшими» нарушителями устоев, а, наоборот, со вполне благонамеренной частью общества - со средним классом. Понимая, что они не элита общества, люди среднего класса тем не менее довольны своим материальным и социальным положением. Их стандарты, нормы, правила, язык, предпочтения, вкусы принимаются обществом как нормальные, общепринятые. Для них потребление и досуг не менее важны, чем работа и карьера. В работах социологов появилось выражение «общество массового среднего класса».

Есть сегодня в науке и еще одна точка зрения. Согласно ей, массовое общество вообще сходит с исторической сцены, происходит так называемая демассификация. На смену единообразию и унификации приходит подчеркивание особенностей отдельного человека, персонализация личности, на смену «массовому человеку» индустриальной эпохи приходит «индивидуалист» постиндустриального общества. Итак, от «вырвавшегося на сцену варвара» до «добропорядочного простого гражданина» - таков разброс взглядов на «массового человека».

Термином «массовая культура» охватываются различные культурные продукты, а также система их распространения и создания. Прежде всего это произведения литературы, музыки, изобразительного искусства, кино- и видеофильмы. Кроме того, сюда относятся образцы повседневного поведения, внешнего вида. Данные продукты и образцы приходят в каждый дом благодаря средствам массовой информации, через рекламу, институт моды.

Рассмотрим основные особенности массовой культуры.

Общедоступность. Доступность и узнаваемость стали одной из основных причин успеха массовой культуры. Монотонная, изнуряющая работа на промышленном предприятии усиливали потребность в интенсивном отдыхе, быстром восстановлении психологического равновесия, энергии после трудового дня. Для этого человек искал на книжных прилавках, в кинозалах, в средствах массовой информации прежде всего легкие для восприятия, развлекательные представления, фильмы, публикации.

В рамках массовой культуры работали выдающиеся деятели искусства: актеры Чарли Чаплин, Любовь Орлова, Николай Черкасов, Игорь Ильинский, Жан Габен, танцовщик Фред Астер, всемирно известные певцы Марио Ланца, Эдит Пи-аф, композиторы Ф. Лоу (автор мюзикла «Моя пре-

красная леди»), И. Дунаевский, кинорежиссеры Г. Александров, И. Пырьев и др.

Занимательность. Она обеспечивается обращением к таким сторонам жизни и эмоциям, которые вызывают неизменный интерес и понятны большинству людей: любовь, секс, семейные проблемы, приключения, насилие, ужасы. В детективах, «шпионских рассказах» события сменяют друг друга с калейдоскопической быстротой. Герои произведений также просты и понятны, они не предаются долгим рассуждениям, а действуют.

Серийность, тиражируемость. Эта черта проявляется в том, что продукты массовой культуры выпускаются в очень больших количествах, рассчитанных на потребление действительно массой людей.

Пассивность восприятия. Эту особенность массовой культуры отмечали уже на заре ее становления. Беллетристика, комиксы, легкая музыка не требовали от читателя, слушателя, зрителя интеллектуальных или эмоциональных усилий для своего восприятия. Развитие визуальных жанров (кино, телевидение) только усилило эту черту. Читая даже облегченное литературное произведение, мы неизбежно что-то домысливаем, создаем свой образ героев. Экранное восприятие не требует от нас этого.

Коммерческий характер. Продукт, создаваемый в рамках массовой культуры, - это товар, предназначенный для массовой продажи. Для этого товар должен быть демократичным, т. е. подходить, нравиться большому числу людей разного пола, возраста, вероисповедания, образования. Поэтому производители подобной продукции стали ориентироваться на самые фундаментальные человеческие эмоции.

Произведения массовой культуры создаются в основном в рамках профессионального творчества: музыку пишут профессиональные композиторы, сценарии фильмов - профессиональные литераторы, рекламу создают профессиональные дизайнеры. На запросы широкого круга потребителя ориентируются профессиональные создатели продукции массовой культуры.

Результаты исследования:

Итак, массовая культура - это феномен современности, порожденный определенными социальными и культурными сдвигами и выполняющий ряд достаточно важных функций. Массовая культура имеет как негативные, так и позитивные аспекты. Не слишком высокий уровень ее продукции и коммерческий, главным образом, критерий оценки качества произведений, не отменяет того очевидного факта, что массовая культура предоставляет человеку невиданное ранее изобилие символических форм, образов и информации, делает восприятие мира многообразным, оставляя за потребителем право выбора «потребляемого продукта». К сожалению, потребитель не всегда выбирает лучшее.

Влияние массовой культуры на сознание людей очень велико, особо этому способствует телевидение. Наше телевидение построено так, что,

включая с самого утра телевизор, среднестатистический человек сразу начинает видеть различные совершённые за ночь преступления, показанные в самом извращённом виде, слышать про коррупцию, митинги протеста, заседания из зала суда. Поэтому к концу дня люди становятся более нервными, раздражительными и часто срываются на своих родственников. Теле-реклама больше ориентирована на детей и подростковую аудиторию. Они изо всех сил стремятся им понравится, понимая, что те составляют значительную часть телеаудиторий. И самый простой способ — это говорить на понятном им языке. Поэтому речь юных героев в роликах перенасыщена подростковым сленгом.

«Массовая культура» имеет и положительные, и отрицательные стороны. Однозначно определить преимущество одной из этих сторон не возможно. «Массовая культура» прочно укрепила в современном обществе, и тем самым несет в себе существенный ущерб.

Литература:

1. Гершкович З. И. Парадоксы «массовой культуры» и современная идеологическая борьба. М., 2003.
2. Глазычев В. Л. Проблема «массовой культуры». М., 200.
3. Коган Л.Н. Теория культуры. Екатеринбург, 2000.
4. Кукаркин А.В. Буржуазная массовая культура. М., 1999.
5. Х.Ортега-и-Гассет. Восстание масс

УДК 316.6

Р.Е. Борзенко, А.А. Гордеева, *студенты 611 и 612 групп*
А.Н. Красиков, *старший преподаватель кафедры философии и истории*
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Исследование формирования самооценки личности в среднем школьном возрасте

Актуальность выбранной темы. Самооценка является важным регулятором поведения подростка. От самооценки во многом зависят его взаимоотношения с окружающими, его критичность, требовательность к себе, отношения к успехам и неудачам, как в учебном процессе, так и в других сферах взаимодействия с окружающими. Проблема возникновения и развития самооценки является одной из центральных в развитии личности. Самооценка является необходимым компонентом самосознания, то есть осознания человеком самого себя, своих физических сил, умственных способностей, поступков, мотивов и целей своего поведения, отношения к окружающему, к другим людям, самому себе.

Практическое исследование уровня развития самооценки подростков и их статусного положения в классе.

Выборку для исследования составили ученики 8 «Б» класса одной из школ г. Вологда в количестве 22 человек в возрасте 14-15 лет, из них 14 девочек и 8 мальчиков.

Анализ и интерпретация результатов исследования

1. В начале исследования была проведена беседа с обучающимися с целью изучения особенностей самооценки учащихся среднего школьного возраста.

Результаты беседы

1) На вопрос считаешь ли ты себя красивым, 12 учеников ответили «да», что составляет 54% испытуемых, 5 учеников затруднились в ответе, что составило 23% испытуемых, и 5 учеников ответили, что не считают себя красивыми, что составляет 23% испытуемых.

2) На вопрос кого в классе ты считаешь самым умным? Большинство школьников, а именно (75%) назвали своих друзей, соседей по парте, но есть и такие кто утверждает, что он самый умный (25%).

3) На третий вопрос большинство обучающихся в данном классе, а именно (65%), ответили, что они заслужили такую оценку и не будут расстраиваться, а исправят её на следующем уроке. Некоторые школьники, а именно (30%), ответили, что расстроились бы, так как их будут ругать родители, а другие же ученики утверждали, а именно (5%), что им не важны оценки и они никогда не расстраиваются.

Таким образом, исходя из результатов беседы, можно предположить, что у тринадцатилетних подростков присутствуют высокий уровень самооценки, средний уровень и низкий уровень самооценки.

4. *Результаты тестирования* представлены в таблице 1.

Таблица 1- Результаты тестирования учащихся 8 класса по анкете Р.В. Овчаровой

№ испытуемого	Набранный балл	Уровень самооценки
1	19	Средний
2	24	Высокий
3	24	Высокий
4	21	Средний
5	25	Высокий
6	19	Средний
7	22	Средний

Продолжение таблицы 1

8	18	Средний
9	24	Высокий
10	17	Средний
11	25	Высокий
12	27	Высокий
13	19	Средний
14	29	Высокий
15	29	Высокий
16	22	Средний

17	24	Высокий
18	25	Высокий
19	18	Средний
20	20	Средний
21	17	Средний
22	14	Средний

Итак, в результате тестирования получены данные: высокий уровень самооценки у 10 школьников, что составляет 45 % всех испытуемых. Средний уровень самооценки у 12 школьников, что составляет 55% всех испытуемых. Низкий уровень самооценки отсутствует.

Таким образом, по результатам анкеты по выявлению уровня самооценки Р.В. Овчаровой можно сделать вывод, что в 8 «Б» классе преобладает средний уровень самооценки у школьников, присутствует высокий уровень самооценки.

Таблица 2 - Определение уровня самооценки по методике Т. Дембо – С.Л. Рубинштейна в модификации А.М. Прихожан

Испытуемый	Балл	Уровень самооценки
1	58	Средний
2	64	Высокий
3	65	Высокий
4	57	Средний
5	61	Высокий
6	57	Средний
7	43	Средний
8	48	Средний
9	62	Высокий
10	53	Средний
11	68	Высокий
12	92	Завышенный
13	58	Средний
14	63	Высокий
15	75	Завышенный
16	58	Средний
17	83	Завышенный
18	61	Высокий
19	45	Средний
20	57	Средний
21	56	Средний
22	58	Средний

Анализируя результаты таблицы 2, можно сделать вывод, что завышенный уровень самооценки преобладает у 3 учащихся, что составляет 14% всех испытуемых, высокий уровень самооценки выявлен у 7 школьников, что составляет 32% испытуемых, средний уровень самооценки преобладает у 12 учащихся, что составляет 54% всех испытуемых, низкий уровень самооценки ни у кого не преобладает (отсутствует).

Таблица 3 - Сопоставительная таблица по определению уровня самооценки по анкете Р.В. Овчаровой и методики Т. Дембо - С.Л. Рубинштейна

Испытуемые	Уровень самооценки по анкете Р.В. Овчаровой	Уровень самооценки по методике Т. Дембо- С.Л. Рубинштейна
1	Средний	Средний
2	Высокий	Высокий
3	Высокий	Высокий
4	Средний	Средний
5	Высокий	Высокий
6	Средний	Средний
7	Средний	Средний
8	Средний	Средний
9	Высокий	Высокий
10	Средний	Средний
11	Высокий	Высокий
12	Высокий	Завышенный
13	Средний	Средний
14	Высокий	Высокий
15	Высокий	Завышенный
16	Средний	Средний
17	Высокий	Завышенный
18	Высокий	Высокий
19	Средний	Средний
20	Средний	Средний
21	Средний	Средний
22	Средний	Средний

Сопоставляя результаты таблиц 1 и 2, можно сделать вывод, что результаты тестирования по анкете Р.В. Овчаровой и результаты методики Т. Дембо - С.Л. Рубинштейна в модификации А.М. Прихожан имеют соответствия.

Далее испытуемым была предложена социометрическая методика Дж. Морено (табл. 4).

Таблица 4 - Социометрическая методика Дж. Морено

№ Испытуемого	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	■			+		+	+															
2	+	■	+					+														
3	+		■				+			+												
4				■	+	+	+															
5	+			+	■		+															
6				+		■	+				+											
7				+		+	■				+											
8	+		+					■	+													
9				+		+	+		■													
10			+				+			■	+											
11					+		+			+	■											
12							+			+	+	■										
13													■	+		+	+					
14			+										+	■		+						

15															+	+	+					
16														+	+	+						
17													+		+	+						
18													+		+	+						
19									+												+	+
20																			+	+	+	+
21													+								+	+
22											+										+	+
Все го	4	-	4	5	2	4	9	1	2	3	4	-	4	2	3	5	2	2	1	3	2	3
Вза имн ых выб оро в	-	-	1	-	-	1	2	-	-	2	2	-	2	2	3	2	2	1	1	3	2	2

Проанализировав результаты таблицы 4, можно сделать следующие выводы.

1) «Лидеры» – 3 учащихся № 4, №7, №16, что составляет 14% испытуемых.

2) «Предпочитаемые»- 9 учащихся №1, №3, №6, №10, №11, №13, №15, №20, №22, что составляет 41% испытуемых.

3) «Пренебрегаемые» – 8 учащихся № 5, №8, №9, №14, №17, №18, №19, №21, что составляет 36% всех испытуемых.

4) «Изолированные» – 2 № 2, №12, что составляет 9% испытуемых

Итак, большее количество школьников занимает статус «Предпочитаемые» - 41%, затем преобладает статус «Пренебрегаемые» - 36 %, затем статус «Лидеры» -14 %, и на последнем месте статус «Изолированные» -9 % (табл. 5).

Таблица 5 - Результаты социометрической методики Дж. Морено

№ испытуемого	Социальный статус учащихся по социометрической методике Дж. Морено
1	«Предпочитаемый»
2	«Изолированный»
3	«Предпочитаемый»
4	«Лидер»
5	«Пренебрегаемый»
6	«Предпочитаемый»
7	«Лидер»
8	«Пренебрегаемый»
9	«Пренебрегаемый»
10	«Предпочитаемый»
11	«Предпочитаемый»
12	«Изолированный»
13	«Предпочитаемый»
14	«Пренебрегаемый»
15	«Предпочитаемый»
16	«Лидер»
17	«Пренебрегаемый»
18	«Пренебрегаемый»
19	«Пренебрегаемый»
20	«Предпочитаемый»

21	«Пренебрегаемый»
22	«Предпочитаемый»

Таблица 6 - Сопоставительная таблица данных по анкете Р.В. Овчаровой, методике Т. Дембо - С.Л. Рубинштейна, социометрической методике Дж. Морено

№ Испытуемого	Уровень самооценки по анкете Р.В. Овчаровой	Уровень самооценки по методике Т.Дембо-С.Л. Рубинштейна	Социальный статус учащихся по социометрической методике Дж. Морено
1	Средний	Средний	«Предпочитаемый»
2	Высокий	Высокий	«Изолированный»
3	Высокий	Высокий	«Предпочитаемый»
4	Средний	Средний	«Лидер»
5	Высокий	Высокий	«Пренебрегаемый»
6	Средний	Средний	«Предпочитаемый»
7	Средний	Средний	«Лидер»
8	Средний	Средний	«Пренебрегаемый»
9	Высокий	Высокий	«Пренебрегаемый»
10	Средний	Средний	«Предпочитаемый»
11	Высокий	Высокий	«Предпочитаемый»
12	Высокий	Завышенный	«Изолированный»
13	Средний	Средний	«Предпочитаемый»
14	Высокий	Высокий	«Пренебрегаемый»
15	Высокий	Завышенный	«Предпочитаемый»
16	Средний	Средний	«Лидер»
17	Высокий	Завышенный	«Пренебрегаемый»
18	Высокий	Высокий	«Пренебрегаемый»
19	Средний	Средний	«Пренебрегаемый»
20	Средний	Средний	«Предпочитаемый»
21	Средний	Средний	«Пренебрегаемый»
22	Средний	Средний	«Предпочитаемый»

Из результатов таблицы видно, что среди учащихся среднего школьного возраста, есть такие у которых преобладает средний уровень самооценки, а их статусное положение в классе определилось как «Пренебрегаемые» (испытуемые под № 8, 19, 21). И у школьников со статусным положением «Лидер» преобладает средний уровень самооценки (испытуемые под № 4, 7, 16).

Таким образом, исходя из результатов исследования, делаем вывод, что уровень развития самооценки учащихся подросткового возраста взаимосвязан с его статусным положением в классе, чем ниже самооценка учащегося, тем выше его статусное положение в классе, подтвердилась частично.

Литература:

- 1.Бороздина Л.В. Что такое самооценка? // Психологический журнал. –М.: Академия, 2002. - № 4. – С. 99-100.
- 2.Карпов А.В. Общая психология / Под ред. Л.В. Карпова. – М.: Гардарики, 2005. - 232 с.

3. Кузьменко А. Различные пути преодоления заниженной самооценки // Богословский вестник. - М.: Аспект Пресс, 2005.- № 1. - С. 125- 134.

4. Лукьянова М.И., Калинина Н.В. Учебная деятельность школьников: сущность и возможности формирования. - Ульяновск: ИПК ПРО, 2003. - 64 с.

УДК 93

Р.Е. Борзенко, А.А. Гордеева, студенты 611 и 612 групп

*Э.Л. Ковров, к.ф.н. доцент кафедры философии и истории
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Оценка исторических результатов петровских преобразований в западничестве и славянофильстве

Деятельность Петра до сих пор не имеет в общественном сознании одной твердо установленной оценки. На преобразования Петра смотрели разное его современники, смотрим разное и мы, люди XXI в. Одни старались объяснить себе значение реформы для последующей русской жизни, другие занимались вопросом об отношении этой реформы к явлениям предшествовавшей эпохи, третьи судили личность и деятельность Петра I нравственной точки зрения. А мы попробуем сравнить отношение западников и славянофилов к Петру I. Целью данного исследования является прояснение значения петровских реформ в развитии народной жизни России

Главная проблема, вокруг которой завязалась дискуссия, может быть сформулирована следующим образом: является ли исторический путь России таким же, как и путь Западной Европы, и особенность России заключается лишь в ее отсталости или же у России особый путь и ее культура принадлежит к другому типу? Как отвечают на этот вопрос представители полярных взглядов - западники и славянофилы мы и попытаемся осветить в своей работе.

Личность Петра I по праву относится к плеяде ярких исторических деятелей мирового масштаба. Много исследований и художественных произведений посвящено преобразованиям, связанным с его именем. Историки и писатели по-разному, порой прямо противоположно, оценивали личность Петра I и значение его реформ. Впоследствии противоположность в оценках петровских преобразований стала одним из источников формирования и развития двух идейных течений русского национального самосознания – славянофильства и западничества.

Замыслы Петра восходили к его воле создать в России государство, интересы которого могли бы регулировать развитие светского образованного общества. Последнее понималось им как формирование такого образа жизни, для которого необходимость просвещения и образования людей

могла бы быть воспринята не в противоречии с традициями и установлениями русской национальной жизни, но как ценность, имеющая для нее социальный и гражданский смысл. Замысел Петра предполагал, что именно образованные люди, будучи гражданами своего государства, способны развить и обеспечить развитие России в соответствии с промышленным прогрессом и потребностями гражданского устройства социальной жизни, т.е. в соответствии с общим развитием цивилизации. Именно замысел Петра не оспаривался ни славянофилами, ни западниками, и те, и другие отдавали его воле к созданию просвещенного общества должное место в истории России.

В оценке западников Петр I - подлинный "создатель России" потому, что до Петра I русский народ не принадлежал к числу "исторических", но Россия не стояла на месте, как Восток. Незрелость личности компенсировалась такими замечательными свойствами русского характера, как умение легко усваивать плоды чужих культур и способность к решительной смене исторического курса, подкрепленная уважением к силе, могуществу и успеху. Эти качества не позволили России погрязнуть в "стоячем болоте патриархальности". Ее надеждой стала и "варяжская" идея государственности. С перемещением великокняжеского престола на северо-восток родовое начало стало постепенно вытесняться вотчинным, а сосредоточение власти в руках князя воспитывало и нем волевые качества, лишённые, однако, существенного содержания - идеи человечности, гуманизма. Эта идея могла быть заимствована только извне, с Запада, что и произошло благодаря энергичным преобразованиям Петра I, создавшим такие условия для развития личности, которые позволили ей спустя 120-130 лет стать современным западным государством.

В XVII в. наше государство дошло до полной несостоятельности, нравственной, экономической и административной, и могло выйти на правильную дорогу только путем резкой реформы. Эта реформа пришла с Петром. Страна дожила до полного разложения, надо было крайнее усилие для ее спасения, и оно было сделано Петром. Таким образом, преобразования Петра представлялись естественной исторической необходимостью, они были тесно связаны с предыдущей эпохой, однако только с темными, отрицательными ее сторонами, только с кризисом старого строя.

Для западников древняя Русь, не знавшая западной германской цивилизации и не имевшая своей, была страной неисторической, лишённой прогресса, осужденной на вечный застой. Эту «азиатскую страну» (так называл ее Белинский) Петр Великий своей реформой приобщил к западной цивилизации, создал ей возможность прогресса. До Петра у нас не было истории, не было разумной жизни. Петр дал нам эту жизнь, и потому его значение бесконечно важно и высоко. Он не мог иметь никакой связи с предыдущей русской жизнью, ибо действовал совсем противоположно ее основным началам.

Славянофилы оценивают реформы Петра иначе потому, что не видели причины, почему прогресс должен остановиться на германцах; из истории они вынесли убеждение, что славянство было далеко от застоя, имело свое историческое развитие свою культуру. Эта культура была самостоятельна и отличалась от германской в трех отношениях: 1) На Западе, у германцев, христианство явилось в форме католичества и затем протестантизма; на Востоке, у славян, — в форме православия. 2) Древнеклассическую культуру германцы восприняли из Рима в форме латинской, славяне — из Византии в форме греческой. Между той и другой культурой есть существенные различия. 3) Наконец, государственный быт в древне-германских государствах сложился путем завоевания, у славян, и у русских в частности, — путем мирным; поэтому в основании общественных отношений на Западе лежит вековая вражда, а у нас ее нет. Самостоятельное развитие этих трех начал составляло содержание древнерусской жизни. Наибольшего развития самостоятельная русская жизнь достигла в эпоху Московского государства, Петр нарушил это развитие. Он своей насильственной реформой внес к нам чуждые, даже противоположные начала западной германской цивилизации. Он повернул правильное течение народной жизни на ложную дорогу заимствований. Он не понимал заветов прошлого, не понимал нашего «национального духа».

В результате реформ Петра I произошел раскол в обществе, служилый класс в культурном отношении отделился от народа (земщины), более того, государство стало вмешиваться в бытовые, нравственные, экономические устои народа, что пагубно сказалось как на состоянии государства, так и быте народа. Выход виделся в возврате к положению, когда государство занимается чисто политическими, проблемами, а народ - культурными. Славянофильству свойственна идея, что государство, всегда основанное на насилии, - зло, но самодержавие, которое избавляет народ от активной политической деятельности, - наименьшее из зол. Философия культуры Славянофильства основывалась на мысли, что религия и национальная психология определяют бытие народа. Одно из главных понятий Славянофильства – соборность. Славянофилы верили в особый тип культуры, возникший на духовной почве православия. Они отвергали тезис о том, что Петр I возвратил Россию в лоно европейских стран, и Россия должна имитировать историю их политического, экономического и культурного развития. Петр, по мнению славянофилов, изменил прошлому, действовал против него. Славянофилы ставили высоко личность Петра, признавали пользу некоторых его дел, но считали ею реформу не национальной и вредной в самом ее существовании.

Различные теории и течения, постоянно охватывающие Россию, так и не привели страну к определенному решению, по какому пути идти. Споры западников и славянофилов стали частью истории, а актуальность их просвечивает сквозь века. Несмотря на различия в воззрениях, славянофилы и

западники выросли из одного корня. Почти все они принадлежали к наиболее образованной части дворянской интеллигенции, являлись крупными писателями, учеными, публицистами. Единственным важным мировоззренческим различием было отношение к духовным традициям православия: славянофилы отстаивали принципы своеобразно понятой ими христианской философии, тогда как западники в целом придерживались рационалистических взглядов. Теоретической основой взглядов и тех и других была немецкая классическая философия. Всех их волновали судьбы России, пути ее развития, хотя они понимали их по-разному. Их объединяло, по крайней мере в начальный период, решительное осуждение крепостного права и административно-судебного произвола, а также боязнь того, что если перемены не придут сверху, то переворот явится снизу. Кроме оппозиции к существующей социально-политической системе и идей о необходимости серьезных в ней изменений, их сближали, наконец, и дружеские связи. Исторический опыт дискуссий 40-50-х гг. XIX века в России между западниками и славянофилами имеет непреходящее значение. Их отзвуки в разной форме, в различной терминологическом выражении проходят и через все последующие десятилетия XIX века (почвенничество, концепции русских либералов и радикалов), через век XX и продолжают вновь возникать и в XXI веке.

Литература:

1. С.Ф. Платонов. Лекции по русской истории. Текст напечатан по изданию: Лекции по русской истории проф. С.В. Платонова. Издал И.В. Блинов. Издание 10-ое. Пересмотренное и исправленное. Пг.: Сенатская типография, 1917// г. Петрозаводск, АО «Фолиум», 1996 г.
2. Введение в русскую Философию. / Лазарев В.В., Абрамов А.И., Авдеева Л.Р. и др. Учебное пособие. – М.: Интерпракс, 1995. – 304 с.
3. Русская философия. Малый энциклопедический словарь. – М.: Наука, 1995. – 624 с.
4. История России с древности до наших дней: Пособие для поступающих в вузы/ И.В. Волкова, М.М. Горинов, А.А. Горский и др.; Под ред. М.Н. Зуева. – 2-е изд., испр. И доп. – М.: Высш. Шк., 1998. – 640 с.
5. Введение в русскую Философию. / Лазарев В.В., Абрамов А.И., Авдеева Л.Р. и др. Учебное пособие. – М.: Интерпракс, 1995. – 304 с.

УДК 347.7

А.А. Вагнерите, студентка 644 группы
В.Л. Кукушкин, к.э.н., доцент кафедры философии и истории
 ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Проблема реализации № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»

Курение – весьма распространённое явление в современном обществе. Несмотря на то, что всем известен вред, который несёт сигарета организму человека, проблема табакокурения остаётся злободневной. Ряды курильщиков неизменно пополняются, причём возрастная планка постоянно повышается: средний возраст курящих всё меньше и меньше. По данным Агентства национальных новостей [1] в России по причинам, связанным с курением, ежегодно умирают 300-400 тыс. человек. Установлено, что до 90% людей начинают курить в молодости. Средний возраст начинающих курильщиков в России - 11 лет. В седьмых-восьмых классах систематически курят 8-12% учеников, в девярых-десятых - уже 21-24%. Ученые утверждают, что молодым курильщикам (до 18 лет) гораздо труднее расстаться с сигаретой до конца жизни. Пассивное курение не менее опасно - оно пагубно влияет на дыхательную систему, кроме того, табачный дым - сильнейший аллерген. Пассивный курильщик вдыхает те же самые опасные вещества, что и любитель сигарет, несмотря на их малую концентрацию. Противостояние курящих и некурящих, вред пассивного курения для здоровья человека, пагубный пример взрослых для подрастающего поколения – всё это обуславливает актуальность темы.

Борьба с курением идет во всем мире. В 140 странах были приняты законы, ограничивающие курение. В мае 2003 года Всемирной Организацией Здравоохранения была принята Конвенция по борьбе против табака, к которой присоединились более 90 стран, в том числе и Россия.

23 февраля 2013 года Президент России В.В.Путин подписал Федеральный закон №15 «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». [4] Закон, вводящий полный запрет курения во всех закрытых общественных местах в соответствии с Рамочной конвенцией ВОЗ по борьбе против табака, является объектом исследования данной статьи. Цель – изучить указанный законодательный акт и проанализировать проблемы его реализации. Задачи:

1. Выявить права и обязанности курящих и некурящих граждан;
2. Изучить список мест, где запрещено курение и где разрешено;
3. Выявить полномочия органов государственной власти в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака
4. Определить виды ответственности за нарушение настоящего Федерального закона.

В сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака граждане имеют право на:

1) благоприятную среду жизнедеятельности без окружающего табачного дыма и охрану здоровья от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака;

2) медицинскую помощь, направленную на прекращение потребления табака и лечение табачной зависимости;

3) получение в соответствии с законодательством Российской Федерации в органах государственной власти, органах местного самоуправления, у индивидуальных предпринимателей, юридических лиц информации о мероприятиях, направленных на предотвращение воздействия окружающего табачного дыма и сокращение потребления табака;

4) осуществление общественного контроля за реализацией мероприятий, направленных на предотвращение воздействия окружающего табачного дыма и сокращение потребления табака;

5) возмещение вреда, причиненного их жизни или здоровью, имуществу вследствие нарушения другими гражданами, в том числе индивидуальными предпринимателями, и (или) юридическими лицами законодательства в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака.

В сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака граждане обязаны:

1) соблюдать нормы законодательства в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака;

2) заботиться о формировании у детей отрицательного отношения к потреблению табака, а также о недопустимости их вовлечения в процесс потребления табака;

3) не осуществлять действия, влекущие за собой нарушение прав других граждан на благоприятную среду жизнедеятельности без окружающего табачного дыма и охрану их здоровья от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака.

С 1 июня 2013 года запрещено курение на территориях и в помещениях, предназначенных для оказания образовательных услуг, услуг учреждений культуры, учреждений органов по делам молодёжи, услуг физической культуры и спорта, на территориях и в помещениях, предназначенных для оказания медицинских, реабилитационных и санаторно-оздоровительных услуг, на транспортных средствах городского и пригородного сообщения, на открытых территориях на расстоянии менее 15 метров от входов в помещения железнодорожных вокзалов, автовокзалов, аэропортов, морских и речных портов, станций метрополитена, а также на станциях метрополитена, в помещениях железнодорожных вокзалов, автовокзалов, аэропортов, морских и речных портов, предназначенных для оказания услуг пассажирского транспорта, в помещениях социальных служб, в помещениях, занимаемых органами государственной власти, органами ме-

стного самоуправления, на рабочих местах и в рабочих зонах, организованных в помещениях, в лифтах и помещениях общего пользования жилых многоквартирных домов, на территориях детских площадок, пляжей, на автозаправочных станциях.

Поэтапный запрет курения в поездах дальнего следования, на воздушных судах и судах дальнего плавания, при оказании услуг по перевозкам пассажиров, в помещениях, предназначенных для предоставления жилищных услуг, услуг коммунальных гостиниц и прочих коммунальных мест проживания, услуг средств размещения для временного проживания туристов, в помещениях, предназначенных для предоставления бытовых услуг, услуг торговли, общественного питания и рынков, в нестационарных торговых объектах, на пассажирских платформах, используемых исключительно для перевозки пассажиров в поездах пригородного сообщения.

С 1 июня 2014 года запрещается курение в барах, ресторанах, поездах дальнего следования, общежитиях и гостиницах.

Закон вводит полный запрет рекламы табачных изделий, стимулирования их продажи и спонсорства, а также полный запрет на демонстрацию табачных изделий и процесса курения, предназначенных для детей и подростков.

С 1 июня 2013 года закон вводит следующие ограничения розничной торговли табачными изделиями:

- запрет продажи табачных изделий на расстоянии менее 100 метров по прямой линии от границ территорий образовательных учреждений;
- полный запрет продажи табачных изделий несовершеннолетним и торговли ими несовершеннолетними.

С 1 июня 2014 года запрещается продажа сигарет в нестационарных торговых объектах — ларьках и киосках без торгового зала.

За нарушение законодательства в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака устанавливается дисциплинарная, гражданско-правовая, административная ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

За нарушение установленного указанным выше законом запрета курения на отдельных территориях, в помещениях и на объектах наказывается штрафом в размере от 500 руб. до 1,5 тыс. руб. За курение же на детских площадках гражданам грозит штраф от 2 до 3 тыс. руб.

Также законопроектом предусмотрены штрафы за несоблюдение требований к знаку о запрете курения, обозначающему территории, здания и объекты, где курение запрещено, и к порядку его размещения. Для должностных лиц размер штрафа составляет от 10 до 20 тыс. руб., для юридических лиц — от 30 до 60 тыс. руб. За несоблюдение требований к выделению и оснащению специальных мест для курения на открытом воздухе или к оборудованию специальных изолированных помещений для курения ука-

занных субъектов будут штрафовать на сумму от 20 до 30 тыс. руб. и от 50 до 80 тыс. руб. соответственно.

Кроме того, штраф в размере от 1 до 2 тыс. руб. устанавливается за вовлечение несовершеннолетних в процесс потребления табака. Для родителей и других законных представителей несовершеннолетних сумма штрафа составит от 2 до 3 тыс. руб. [2]

Тем не менее курильщики продолжают курить в общественных местах, потому что в Федеральном законе не прописан механизм применения ответственности. Право штрафовать дано сотрудникам полиции, но их редко встретишь на улице из-за низкой численности. Нет контроля – нет исполнения закона.

Почему же такой необходимый для граждан закон принят совсем недавно? Вероятно, «волокита» с принятием закона – дело рук табачного лобби. В 2011 году «Первый канал» показал фильм о табачном лобби в России - "Жертвы калибра 7.62". Табачными лоббистами в фильме так или иначе называются известные политические деятели. Геннадий Кулик, член комитета по бюджету, налогам, банкам и финансам Госдумы России, заявивший, что если повысить акцизы на табак, то ребенок лишится молока. Илья Трунин, отвечающий за табачные акцизы, в течение десяти лет до работы в правительстве сотрудничал с табачными корпорациями. Сейчас в России самые низкие в Европе акцизы на табак. Замминистра финансов Сергей Шаталов также выступал против повышения акцизов. Наконец, Надежда Школкина (депутат Государственной думы Федерального Собрания Российской Федерации VI созыва от Республики Мордовия, член фракции «Единая Россия», заместитель председателя комитета ГД по аграрным вопросам. С 2003 по 2011 гг. - исполнительный директор Совета по вопросам развития табачной промышленности, созданного в России аффилированными компаниями от «Джапан Тобакко» и «Филипп Моррис») в фильме называется самым главным табачным лоббистом в РФ.

В фильме есть еще несколько примечательных фактов. Например, любая антитабачная инициатива в нашей стране возглавляется или финансируется табачными компаниями. В результате программы по борьбе с курением в школах только повышают спрос на сигареты. Подростки – главная целевая аудитория табачных корпораций. Ведь чем раньше человек начинает курить, тем меньше шансов у него потом бросить. Стикеры "Мы не продаем сигареты лицам моложе 18 лет" распространяются табачными компаниями, так как этот PR-ход был придуман еще несколько лет назад на Западе: у подростков возникает желание начать курить, чтобы почувствовать себя взрослыми. Рекламное агентство "Корпорация Я" Владимира Мединского, которое вело антитабачные кампании, спонсировалось все теми же ВАТ и Philip Morris. [3,5]

Выводы:

1. Федеральный закон №15 «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» перечисляет общие понятия и принципы охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака, описывает права и обязанности граждан, индивидуальных предпринимателей и юридических лиц в этой сфере, перечисляет полномочия федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере охраны здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака; приводит полный список мест запрета курения табака.

2. Несмотря на наличие административной, дисциплинарной, гражданско-правовой ответственности, контроль нарушений практически не осуществляется.

3. Табачное лобби не ликвидировано и продолжает мешать ужесточению законодательства в этой сфере.

4. Проблема реализации закона решается детальным прописыванием механизма штрафования курильщиков, привлечения их к указанным видам ответственности.

Литература:

1. Агентство национальных новостей. – Режим доступа: <http://www.annews.ru/news/detail.php?ID=138771>

2. Информационно-правовой портал "Гарант". – Режим доступа: <http://www.garant.ru/news/499089/#ixzz30xFVShuI>

3. "Жертвы калибра 7.62"/Документальное кино/Первый канал. – Режим доступа: <http://www.1tv.ru/public/pi=21174>

4. Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=142515>

5. Табак, алкоголь, педофилия: история депутатских лобби в Госдуме/А. Колесниченко. – Режим доступа: <http://www.aif.ru/politics/russia/40239>

УДК 342.8

Ю.С. Долгих, студент 644 группы
В.Л. Кукушкин, к.и.н., доцент кафедры истории и философии
 ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Исследование нормативного правового акта

Федеральный закон от 22 февраля 2014 г. № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации»

В рамках исследования был изучен нормативный правовой акт ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации». Данный закон был принят Государственной Думой 14 февраля 2014 года и одобрен Советом Федерации 19 февраля 2014 года. Данный закон насчитывает 28 редакций, начиная с 2005 года, не имеет определенного срока прекращения действия, утратить силу может лишь в случае прекращения полномочий Государственной Думы созыва. Первоначальный текст документа опубликован в изданиях:

-Официальный интернет-портал правовой информации
<http://www.pravo.gov.ru>, 24.02.2014,

- "Российская газета", N 45, 26.02.2014,

- "Собрание законодательства РФ", 24.02.2014, N 8, ст. 740.

Федеральным законом вводится новый порядок и процедура проведения выборов в Государственную Думу на основе смешанной избирательной системы, согласно которой на территории РФ образуются 225 одномандатных избирательных округов, каждый из которых будет представлен одним депутатом в Государственной Думе, остальные 225 мандатов будут распределены между депутатами, избранными по федеральному избирательному округу пропорционально числу голосов избирателей, поданных за федеральные списки кандидатов.

В законе излагаются принципы проведения выборов депутатов Государственной Думы, вопросы осуществления полномочий избирательных комиссий, выдвижения и регистрации федеральных списков кандидатов и кандидатов, выдвижаемых по одномандатным избирательным округам, аннулирования и отмены их регистрации, предвыборной агитации, финансирования выборов, проведения голосования и подсчета голосов избирателей, обжалования действий и решений избирательных комиссий.

Данный закон включает в себя 14 глав и 104 статей. Лично я выделяю для себя 4 части в этом законе. Первые главы рассказывают об общих положениях, избирательных округах, комиссиях, участках, наблюдателях. Во второй части говорится о кандидатах, партиях, подготовительных мероприятиях к выборам, предвыборной агитации. Третья часть гласит, непосредственно, о проведении выборов, подсчётах результатов и подведению итогов. Заключительная часть носит, скорее, справочный характер, в основном в ней рассказывается о порядке обжалования нарушений в ходе выборов.

Данный закон создавался с целью обеспечить прозрачные, честные и свободные выборы и подсчёт результатов голосования, так же, по мнению

авторов, целью закона является повышение ответственности партий перед избирателями, кроме того данный закон создан повысить политическую конкуренцию между партиями.

В последней редакции документа не используются юридические понятия, а лишь имеет место ссылка на статью №2 ФЗ «ОБ ОСНОВНЫХ ГАРАНТИЯХ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ПРАВ И ПРАВА НА УЧАСТИЕ В РЕФЕРЕНДУМЕ ГРАЖДАН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ», в которой сформулированы все термины, которые применимы к исследуемому нормативному правовому акту. Это такие термины, как:

1) агитационные материалы - печатные, аудиовизуальные и иные материалы, содержащие признаки предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума и предназначенные для массового распространения, обнародования в период избирательной кампании, кампании референдума;

2) агитационный период - период, в течение которого разрешается проводить предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума;

3) агитация по вопросам референдума - деятельность, осуществляемая в период кампании референдума и имеющая целью побудить или побуждающая участников референдума поддержать инициативу проведения референдума либо отказаться от такой поддержки, голосовать либо отказаться от голосования на референдуме, поддержать либо отвергнуть вынесенный на референдум вопрос;

4) агитация предвыборная (предвыборная агитация) - деятельность, осуществляемая в период избирательной кампании и имеющая целью побудить или побуждающая избирателей к голосованию за кандидата, кандидатов, список, списки кандидатов или против него (них);

(пп. 4 в ред. Федерального "закона" от 21.07.2005 N 93-ФЗ)

И прочие (всего 63).

Исследуемый ФЗ регулирует правовые и общественные отношения. В качестве субъектов отношений регулируемых исследуемым нормативным правовым актом можно выделить так называемые ветви государственной власти, такие, как:

- Президент;
- Правительство;
- Парламент;
- Муниципальные образования.

Объектами отношений, регулируемых этим законом, являются, с одной стороны кандидаты в депутаты Государственной думы РФ, в законе прописан ряд правил, требований и ограничений для этой группы лиц, определение этого объекта в законе: «депутат - лицо, избранное избирателями соответствующего избирательного округа в представительный орган государственной власти или в представительный орган муниципального образования на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании». С другой стороны объектом являются все граждане

РФ старше 18 лет, они являются законными избирателями и данный нормативный правовой акт предусматривает для них множество прав и свобод, но в то же время и ограничений, определение объекта в законе: «избиратель - гражданин Российской Федерации, обладающий активным избирательным правом».

Содержанием отношений является порядок избрания гражданами РФ депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации. Избрание производится на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании. Участие гражданина Российской Федерации в выборах является свободным и добровольным. Никто не вправе принуждать гражданина Российской Федерации к участию или неучастию в выборах, а также препятствовать его свободному волеизъявлению. Определение в законе: «выборы - форма прямого волеизъявления граждан, осуществляемого в соответствии с Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, конституциями (уставами), законами субъектов Российской Федерации, уставами муниципальных образований в целях формирования органа государственной власти, органа местного самоуправления или наделения полномочиями должностного лица».

Оценки экспертов об этом нормативном акте, имеют в большинстве своём позитивный характер, вот отрывки некоторых из них:

Секретарь Генерального совета «Единой России», вице-спикер Госдумы Сергей Неверов отметил, что законопроект, прежде всего, будет способствовать повышению политической конкуренции. В частности, если до принятия закона без сбора подписей в выборах могли участвовать только четыре думские партии, то теперь такое право есть у 12 партий.

По мнению Неверова, документ формирует и более устойчивую партийную систему - за счёт введения квалификационных требований к партиям. «Суть их в том, чтобы во власть приходили те, кто реально обладает поддержкой людей, а не просто свидетельством о регистрации. А значит, вырастет ответственность партий перед избирателями, повысится их эффективность для решения конкретных проблем людей. Очень важно, что каждый регион получит своего представителя в Государственной Думе», — считает парламентарий.

Неверов также подчеркнул, что благодаря закону о выборах депутатов Госдумы возрастает роль личности в политике. «Половину представителей депутатского корпуса следующего созыва будут представлять те, кто изберётся в одномандатных округах. А это под силу только людям ярким, тем, кого знают жители, кто зарекомендовал себя в своих территориях»

Профессор Высшей школы экономики, политолог Олег Матвейчев согласен, что новое законодательство приведёт к появлению новых игроков в политическом процессе. «Люди, которые прошли через одномандатные округа, безусловно, обладают другими квалификациями и компетенциями, чем люди, которые были по партийным спискам. Это выполнит, как мини-

мум, одну функцию - поднимет новый политический класс», — заметил эксперт.

Эксперт не исключил, что в перспективе квалификационный принцип спустится и на уровень региональных выборов. Он напомнил, что осенью был принят так называемый «закон Клишаса», благодаря которому субъекты получили больше возможностей настраивать избирательные системы в соответствии со своей спецификой.

Член экспертного совета Института социально-экономических и политических исследований Алексей Зудин: В процессе обсуждения, как рассказал эксперт, были опасения, что режим может быть жёстким, поскольку думские партии не заинтересованы в появлении конкурентов. Однако текст законопроекта доказал, что «предложенные меры носят характер квалификационных требований, которые поощряют добросовестных и минимально успешных участников».

Что касается мнения обычных граждан РФ, многие из них не понимают важности этих изменений и не верят в честность выборов. В ходе анализа комментариев закона в интернете на новостных сайтах, прослеживается многочисленное мнение людей о том, что по какой бы схеме не проходили выборы, их результаты не имеют отношения к действительности — считают блоггеры и пользователи интернета. По их мнению фальсификации имеют место на этапе подсчёта результатов голосования, что лишает их надежд на честные выборы.

Выводы: Самое значимое нововведение в законе это введение нового порядка и процедуры проведения выборов в Государственную Думу на основе смешанной избирательной системы. Остальные незначительные изменения имеют скорее уточняющий характер. Общественное мнение по поводу этих изменений разделяется между положительным (эксперты) и нейтральным (граждане РФ). Лично я разделяю, как и мнения экспертов, так и мнения простых граждан. Да, к сожалению, надо признать, что фальсификации на выборах в РФ имеют место, однако, на мой взгляд, любые законы, которые хоть как то совершенствуют систему выборов, делают её более гласной, открытой, усиливают честную конкуренцию между партиями, будут поощрять добросовестных участников будут полезны для нашего государства и его народа.

Литература:

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ)
2. Новостной портал Аргументы и Факты <http://www.aif.ru>
3. Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>

4. Федеральный закон от 22.02.2014 N 20-ФЗ "О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации"

УДК 159.9

М.М. Мушникова, студентка 612 группы
Э.Л. Ковров, к.ф.н., доцент кафедры философии и истории
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина

Теория архетипов Карла Густава Юнга

Появление теории архетипов связано с именем выдающегося швейцарского психолога Карла Густава Юнга, который разработал аналитическую психологию, образованную на использовании аналогий из мифологии при рассмотрении и интерпретации сновидений. Юнг пришел к выводу, что в психике человека значительную роль играет не только индивидуальное, но также и коллективное бессознательное, выраженное в архетипах, унаследованных от предков. Актуальность данной темы обусловлена тем, что позволяет по новому взглянуть на человеческое поведение, на механизмы сновидения, в частности.

Главное понятие юнгианской психологии - архетипы, которые являются универсальными, изначально врожденными психическими структурами, составляющими содержание коллективного бессознательного, распознаваемые в нашем опыте и являемые, как правило, в образах и мотивах сновидений. Те же структуры лежат в основе общечеловеческой символики мифов, волшебных сказок.

Юнг сопоставлял архетипы с системой осей кристалла, которая преформирует кристалл в растворе, будучи неким невещественным полем, распределяющим частицы вещества. В психике таким "веществом" является внешний и внутренний опыт, организуемый согласно врожденным образцам. В чистом виде архетип поэтому не входит в сознание, он всегда соединяется с какими-то представлениями опыта и подвергается сознательной обработке. Ближе всего к самому архетипу эти образы сознания ("архетипические образы") стоят в опыте сновидений, и, мистических видений, когда сознательная обработка отсутствует. Это спутанные, темные образы, воспринимаемые как что-то жуткое, чуждое, но в то же время переживаемые как нечто бесконечно превосходящее человека, божественное.

По мысли Юнга, бессознательное – это вместилище утраченных воспоминаний, а также аппарат интуитивного восприятия, значительно превосходящий возможности сознательного мышления. Бессознательное действует отнюдь не во вред человеку, а, наоборот, выполняет защитную функцию, одновременно способствуя переходу личности на определенную ступень развития. Образы вневременны, внепространственны и, в конечном счете, предшествуют человеческой истории.

Юнг описал множество архетипов и дал им точные названия. Персона (от латинского слова “persona”, обозначающего “маска”) — это наше публичное лицо, то есть то, как мы проявляем себя в отношениях с другими людьми. Персона обозначает множество ролей, которые мы проигрываем в соответствии с социальными требованиями. В понимании Юнга, персона служит цели производить впечатление на других или утаивать от других свою истинную сущность. Персона как архетип необходима нам, чтобы ладить с другими людьми в повседневной жизни. Однако Юнг предупреждал о том, что если этот архетип приобретает большое значение, то человек может стать не глубоким, поверхностным, сведенным до одной только роли и отчужденным от истинного эмоционального опыта.

Архетип Тень — противоположность той роли, которую играет в нашем приспособлении к окружающему миру персона, архетип тень представляет подавленную темную, дурную и животную сторону личности. Тень содержит наши социально неприемлемые сексуальные и агрессивные импульсы, аморальные мысли и страсти. Но у тени имеются и положительные стороны. Юнг рассматривал тень как источник жизненной силы, спонтанности и творческого начала в жизни индивидуума. Согласно Юнгу, функция этого состоит в том, чтобы направлять в нужное русло энергию тени, обуздывать пагубную сторону нашей природы до такой степени, чтобы мы могли жить в гармонии с другими, но в тоже время открыто выражать свои импульсы и наслаждаться здоровой и творческой жизнью.

В архетипах Анима и Анимус выражение признания Юнгом врожденной андрогинной природы людей. Анима представляет собой внутренний образ женщины в мужчине, его бессознательную женскую сторону; в то время как анимус — внутренний образ мужчины в женщине, её бессознательная мужская сторона. Эти архетипы основаны, по крайней мере частично, на том биологическом факте, что в организме мужчины и женщины, вырабатываются и мужские, и женские гормоны. Этот архетип, как считал Юнг, эволюционировал на протяжении многих веков в коллективном бессознательном как результат опыта взаимодействия с противоположным полом. Многие мужчины, до некоторой степени, “феминизировались” в результате многолетней совместной жизни с женщинами, а для женщин является верным обратное. Юнг настаивал на том, что анима и анимус, как и все другие архетипы, должны быть выражены гармонично, не нарушая общего баланса, чтобы не тормозилось развитие личности в направлении самореализации. Иными словами, мужчина должен выражать свои феминные качества наряду с маскулинными, а женщина должна проявлять свои маскулинные качества, так же, как и феминные. Если же эти необходимые атрибуты остаются неразвитыми, результатом явится односторонний рост и функционирование личности.

Архетип Самость — наиболее важный архетип в теории Юнга. Самость представляет собой сердцевину личности, вокруг которой организо-

ванны все другие элементы. Когда достигнута интеграция всех аспектов души, человек ощущает единство, гармонию и целостность. Таким образом, в понимании Юнга развитие самости — это главная цель человеческой жизни. Основным символом архетипа самости является мандала и её многочисленные разновидности (абстрактный круг, нимб святого, окон-розетка). По Юнгу, целостность и единство “Я”, символически выраженные в завершенности фигур, вроде мандалы, можно обнаружить в снах, фантазиях, мифах, в религиозном и мистическом опыте. Юнг полагал, что религия является великой силой, содействующей стремлению человека к целостности и полноте. В то же время, гармонизация всех частей души — сложный процесс. Истинной уравниженности личностных структур, как считал он, достичь невозможно, по меньшей мере, к этому можно прийти не ранее среднего возраста. Более того, архетип Самости не реализуется до тех пор, пока не наступит интеграция и гармония всех аспектов души, сознательных и бессознательных. Поэтому достижение зрелого “Я” требует постоянства, настойчивости, интеллекта и большого жизненного опыта.

Способностью воспринимать мир в виде образов наделены только человек и высшие животные, она у них складывается и совершенствуется в жизненном опыте. В результате восприятия складывается образ, включающий комплекс различных взаимосвязанных ощущений, приписываемых человеческим сознанием предмету, явлению, процессу. При восприятии человеком сложных объектов срабатывает механизм влияния прошлого опыта и мышления, выделяющий в воспринимаемом изображении наиболее информативные места, на основе которых, соотнеся полученную информацию с памятью, можно о нем составить целостное представление.

Теория Юнга имеет большое значение для понимания механизмов восприятия предметного мира. Юнг объяснил, что чувство гармонии возникает бессознательно в случае, если качества и свойства вещи соответствуют тем или иным архетипическим формам. Соответствие архетипам протекает двояко. С одной стороны, к нему может привести взаимодействие форм, в основном наиболее простых, например, квадрата, круга или треугольника, связанных с первичными способами освоения мира человеком. С другой стороны, это будет способ организации материала, подсознательно улавливаемый человеком. Восприятие человека подготовлено для воздействия на него простых форм благодаря наличию архетипов — тех же простых форм. Поэтому данное воздействие универсально, оно не детерминировано социальными, знаковыми и иными культурными соображениями.

Юнговская теория архетипов сыграла важную роль в развитии психологии и философии. Она позволяет каждому лучше понять себя потому, что нельзя недооценивать важность бессознательной жизни проявляемой во сне. Теория Юнга дает в руки каждого методика толкования этой бессознательной жизни - методика толкования собственных сновидений

Литература:

1. Юнг К. Г. Психологические типы. М., 2002.
2. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного. М., 2005

УДК 008

*А.А. Швецова, Э.И. Балагозова студентки 611 группы
Э.Г. Симонян, к.ф.н., доцент кафедры философии и истории
ФГБОУ ВПО ВГМХА им. Н.В. Верещагина*

Проблемы взаимодействия природы и культуры

Актуальность данной статьи определяется тем, что взаимодействие природы и культуры является одной из важных проблем современного социально-гуманитарного знания. В трудах многих ведущих ученых, начиная с Античности и до наших дней (Цицерон, Руссо, Фрейд и др.), эти отношения рассматриваются как враждебные противоречащие друг другу; другие же наоборот, считают, что культура и природа тесно связаны между собой, поскольку культура берет своё начало из природы.

Поэтому цель данной работы проанализировать проблему природы и культуры с разных позиций, найти такие отношения между культурой и природой, которые в существе своем невраждебные, доступные гармонизации.

Задача работы заключается в том, чтобы показать антагонизм природы и культуры, и возможные варианты их разрешения.

Нередко в культурологии провозглашается мысль о том, что культура надстраивается над естественно-природным началом и в этом качестве противостоит ему. Стало быть, отношения между природой и культурой выступают в основном как враждебные, непримиримые, ибо культура сковывает природные потенциалы человека. Сбросить оковы культуры означает в этой системе рассуждений вернуться к «непреобразованной», «некультурной» первозданной природе.

Утверждается также, что если культура восходит к изначальному человеческому устремлению, порыву, то надо выявить данный импульс и соотнести его с наличной культурой. Правильно угаданный антропологический запрос может помочь сегодня в «исправлении» культуры, в устранении ее «дефектов». Таким образом, антропологически ориентированные философы, культурологи рассматривают отношения между культурой и природой в существе своем невраждебные, доступные гармонизации.

Однако многие другие исследователи трактуют отношения между природой и культурой в духе все обостряющегося конфликта. Они полагают, что культура изначально враждебна человеку и природе. Философы,

следовательно, должны не проглядеть трагические последствия, которые вытекают из этого антагонизма. [1]

Вплоть до середины 20 века вопрос о взаимодействии природы и культуры казался ясным и не вызывал беспокойства. Рассматривая существование культуры во времени и пространстве еще с античности получили широкое распространение идеи географического детерминизма, достаточно убедительно показавшие влияние природных факторов на возникновение и развитие отдельных цивилизаций. Так или иначе, человечество осознавало и обратную связь — преобразующую и «облагораживающую» роль культуры по отношению к «дикой», «непокоренной» природе. Правда, следует сказать, что и в прошлом по этому поводу возникали сомнения и достаточно тревожные пророчества. Едва ли не самые известные из них принадлежали Марксу и Энгельсу. Первый писал: «...Культура, если она развивается стихийно, а не направляется сознательно... оставляет после себя пустыню...» Второй высказывался в том же духе: «Не будем, однако, слишком обольщаться относительно побед человека над природой. За каждую такую победу она мстит нам. Это верно, что, во-первых, каждая такая победа приносит ожидаемые результаты, но также верно, что, во-вторых и в-третьих, она оказывает различные непредсказуемые эффекты, перечеркивающие зачастую все положительное».

Очень долго, по крайней мере, на Западе, преобладал взгляд, согласно которому человек после длительного периода первобытной дикости и бесприютности вправе претендовать, если не на «покорение», то хотя бы на подчинение природы своим стремительно растущим материальным потребностям — скрытому двигателю всякой культуры. Говоря о ее «великой общей задаче самосохранения в борьбе против подавляющей мощи природы», З. Фрейд, например, писал: «Именно из-за опасностей, которыми нам грозит природа, мы ведь и объединились и создали культуру, которая, среди прочего, призвана сделать возможной нашу общественную жизнь. В конце концов, главная задача культуры, ее подлинное обоснование — защита нас от природы».[5]

Вышеприведенные слова Фрейда представляются совершенно справедливыми, но относящимися лишь к определенному этапу существования на Земле биологического вида Гомо сапиенс. По весьма приблизительным данным антропологии, человек как живое существо появился на нашей планете многие миллионы лет тому назад, а его первые зафиксированные и более или менее внятные «культурные» проявления имеют возраст не более полумиллиона лет. На этом огромном отрезке времени Н.А. Бердяев выделяет «четыре периода в отношении человека к природе: 1) погружение человека в природу, 2) выделение из природы, противопоставление природы и борьба с ней, 3) обращение к природе для овладения ею, 4) восстановление связи человека с душой природы и духовное овладение природой». Слова Фрейда, несомненно, могут относиться лишь к 2 и 3 периодам бердя-

евской схемы и представляют собой всю известную нам историю творческого существования человечества от «язычества» и до современной и далеко не совершенной «цивилизации».

В прояснении неразрывной связи между Культурой и Природой поистине революционная роль принадлежит выдающемуся российскому естествоиспытателю и мыслителю Владимиру Ивановичу Вернадскому. Его главная заслуга перед потомками заключается в том, что он органически соединил в своем обширном творчестве естественнонаучное и гуманитарное видение мира, науки о земле и «живом веществе» с науками о человеке и обществе, способствуя превращению культурологии во всеобъемлющее учение будущего, рассматривающее судьбы человечества в неразрывном единстве с природой и космосом (антропокосмизм). Для современной культурологии определяющее значение имеет учение В.И. Вернадского о ноосфере. Считая ноосферу, т.е. сферу разума, продолжением высшей формой биосферы, Вернадский, по существу, говорил о мировой духовной и материальной культуре, которая возникла из растительного и животного мира («живого вещества») и в течение многих миллионов лет существования человека превратилась в геологический фактор, изменяющий и одухотворяющий лик нашей планеты и ближайшего космоса. Вернадский выдвинул гипотезу о том, что наряду с другими видами энергии и биохимической энергией живого вещества с появлением на земле человека начал действовать новый вид энергии, связанный с психической деятельностью и разумом, которые стали важнейшими силами в формировании нового облика планеты. Воплощением и создателем ноосферы стал человек, как единственное мыслящее существо.[2]

Следует отметить и еще один важный аспект соотношенности природы и культуры — культуру природопользования (экологическая культура) людей. По мере развития технических средств и роста эффективности технологий переработки материалов природы в человеческих нуждах все острее ставится вопрос о нарушении баланса воспроизводства природных экосистем, разрушении жизнеобеспечивающих возможностей ландшафтов, вмешательстве в естественный отбор, поддерживающий «биологическое качество» человеческих популяций. Хотя эта проблема встала «в полный рост» только во второй половине XX в., на самом деле разрушительное вмешательство человека в природную среду имело место и в далеком прошлом (деградация ландшафтов, вызванная масштабным скотоводством, изменение ландшафтов Европы и Китая в связи с массовой распашкой, вырубкой и выжиганием лесов под земледельческие нужды; массовая урбанизация как таковая и т. п.). Таким образом, проблема культуры природопользования, обобщения исторического опыта в этой сфере и выработки принципов не разрушающей эксплуатации ландшафтов — по существу один из «вечных» вопросов бытия человека на Земле и норм его социокультурного функционирования — пока что еще не нашел сколько-нибудь комплексно-

го позитивного решения.[4] Трагедию человечества и его современной культуры, ориентированной преимущественно на потребление, Х. Ортега-и-Гассет определил так: «Тот мир, что окружает нового человека с колыбели, не только не понуждает его к самообузданию, не только не ставит перед ним никаких запретов и ограничений, но, напротив, непрестанно берedit его аппетиты, которые в принципе могут расти бесконечно».[3]

Таким образом, человек всегда испытывал на себе влияние природной среды и одновременно сам влияет на нее. Деятельность человека по приспособлению к природе и освоению ее применительно к своим нуждам формирует преобразенную, окультуренную природу. Но выделившись из природной среды, человек оставался и остается в известной мере ее частью. Сегодня важно разработать концепцию спасения органического и цивилизационного достоинства человечества, гуманизировать культуру.

Литература:

1. Гуревич П.С. Культурология: элементарный курс: Учебн. Пособие.-М.:Гардарики, 2003
2. Мамонтов С.П. Основы культурологии М.: Олимп, 1999
3. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры - М.: Искусство, 1991.-586с.
4. Флиер А.Я. Культурология для культурологов М.: Академический проект, 2000
5. Фрейд. З. «Будущее одной иллюзии»

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1 «Экономика региона: проблемы и перспективы»	3
Басалаева О.О. Повышение эффективности производства продукции птицеводства на основе модернизации в СХПК «Племптица – Можайское».....	3
Головкина М.В. Проблемы и перспективы развития туризма в Усть-Кубинском районе Вологодской области.....	6
Исупов Ю.О. Экономическая эффективность производства молока на ОАО «Воткинский молочный завод».....	10
Исупов Ю.О. Удмуртская Республика: животноводство как перспективное направление сельскохозяйственного производства	13
Козлов Ю.А. Анализ обеспеченности основными фондами и эффективности их использования в СПК «Тотемский».....	16
Коричева А.Ю. Сравнительная экономическая эффективность производства молочного сахара разными методами.....	20
Кострова Е.С. Совершенствование организации производства колбасных изделий на мясоперерабатывающем предприятии.....	25
Лийченко Е.В. Анализ производства молока в ОАО «УОМЗ» ВГМХА.....	30
Липатникова С.Н. Экономические аспекты производства кисломолочного напитка «Снежок» с сахаром, обогащенного витаминами.....	33
Малинова М.Ю. Анализ деятельности Департамента социальной защиты населения.....	38
Петрачкова Е.А. Современное состояние ягодоводства в Вологодской области.....	41
Петрова А.Н. Трудоустройство в Вологодской области: проблемы и перспективы.....	46
Петряшова Н.А. Развитие агропромышленного комплекса Республики Крым.....	50
Стулова А.В., Хухрина А.С. Государственная поддержка начинающих сельхозтоваропроизводителей Вологодской области.....	55
Хребтова Е.Н. Развитие, проблемы и поддержка АПК в России и Вологодской области.....	59
Секция 2 «Основные направления совершенствования организации производства»	64
Алупова А.Н. Совершенствование организации производства хлебобулочных изделий в СППК «Возрождение» Вологодской области.....	64
Багрушина А.С. Использование прогрессивных технологий при производстве молока.....	67
Владимиров В.Д. Основные направления повышения экономиче-	

ской эффективности производства молока в рыночных условиях.....	72
Ковшикова В.В. Совершенствование организации производства картофеля в СХПК «Племзавод Майский» Вологодского района.....	76
Лаврова К.А. Совершенствование организации производства молока в СПК колхоз «Нижне-Кулое» Верховажского района.....	81
Немова Н.А. Современное состояние производства сливочного масла на российском рынке.....	85
Пашина А.С. Совершенствование организации производства молока в МУП «Дружба» Няндомского района Архангельской области.....	90
Пашин А.С. Совершенствование организации производства хлебобулочных изделий на хлебопекарне ИП Крехалева Е.А. Няндомского района Архангельской области.....	94
Питерякова М.В. Актуальные направления совершенствования отрасли молочного скотоводства.....	98
Питерякова М.В. Прошлое, настоящее и будущее вологодского льноводства.....	102
Плаксина О.А. Направления повышения продуктивности коров в К(Ф)Х «Юха Антеро» Финляндии.....	106
Рогозина Е.Н. Использование ресурсосберегающего оборудования на производстве кисломолочной продукции в ОАО «УОМЗ» ВГМХА им. Н.В. Верещагина».....	110
Упадышев Р.Н. Организация производства хлебобулочной продукции в МП «Тотемский хлебокомбинат».....	113
Хлупина А.С. Экономическая эффективность производства и реализации продукции в ОАО «Учебно – опытный молочный завод» ВГМХА им. Н.В. Верещагина».....	117
Хлупина А.С. Развитие инновационного потенциала в агропромышленном комплексе.....	121
Щукина Е.С. Исследование стоимости продовольственной корзины	125
Щукина Е.С. Резервы увеличения производства молока в СПК ПКЗ «Вологодский» Вологодского района.....	129
Секция 3 «Теоретические вопросы экономического развития»	132
Алексеева К.А., Головина О.Л. Последствие модели «шоковой терапии».....	132
Аль-Махамид С.М. Теорема Коуза, ее сущность и актуальность....	141
Белова Е.А. Лизинг как альтернатива имущественной поддержки малому бизнесу в России.....	141
Борзенко Р.Е., Гордеева А.А. Ценовые войны и их последствия.....	151
Владимиров В.Д., Карачев М.В. Экономические реформы Китая...	150
Воробьева Ю.Ю. Мягкие бюджетные ограничения в российской экономике.....	155
Егорова Е.А. Трансакционные издержки. Теорема Коуза.....	157
Макина А.А. Возникновение прав собственности.....	162

Михайловская В.В., Патракова С.С. Бартер и его роль.....	166
Неклюдова Е.М. Институциональные ловушки в Российской Федерации.....	169
Панова М.В. Перспективы развития и расширения Таможенного союза: Российская Федерация, Республика Казахстан, Республика Беларусь.....	174
Петрачкова Е.А., Фролова О.О. Анализ асимметричности информации на рынке труда и ее последствий.....	180
Рыбникова А.С. Научное сотрудничество России и Европейского союза	184
Серов И.А. Сравнительная характеристика экономического эффекта для Украины от вступления в ЕС и ТС.....	189
Хлупина А.С. Анализ конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на рынках России в условиях ВТО.....	193
Шабалина В.Н. Особенности инфляционных процессов в Российской экономике.....	198
Швецова А.А. Бренд, как направление и инструмент дифференциации продукта на отраслевом рынке.....	203
Шилова А.С., Гуляева А.И. Малое предпринимательство и формирование среднего класса.....	206
Юферов В.Ю. Человеческий капитал в инновационной экономике..	211
Секция 4 «Актуальные проблемы современного менеджмента и маркетинга»	216
Абросимова А.Н., Карась М.В. Современные тенденции управления человеческими ресурсами в организации.....	216
Андриенко О.Р. Анализ и совершенствование системы мотивации вольнонаемного персонала учреждений УИС.....	220
Багрушина А.С. Роль рекламы в бизнесе и обществе.....	223
Вагнерите А.А. Исследование потребительского спроса на чипсы на рынке г.Вологды.....	227
Востриков И.В. Привлечение института наставничества к управлению адаптацией молодого сотрудника в период испытательного срока.....	233
Давыдова А.С. Маркетинговое исследование потребительского спроса на йогурты на рынке г. Вологды.....	237
Ивановская А.Л. Маркетинговое исследование потребительского спроса на гранатовый сок на рынке г. Вологды.....	241
Кармакулова А.С. Совершенствование процедуры отбора и расстановки кадров в учреждениях УИС.....	247
Козлов Ю.А. Проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза» - как бренд развития территории.....	251
Облуков А.А. Анализ мотивации трудовой деятельности сотрудников УИС.....	257

Пантелей В.Д., Гук Т.А. Схватка за таланты.....	262
Петряшова Н.А. Документооборот в БОУ Югской средней общеобразовательной школе.....	265
Попова А.Г. Маркетинговое исследование потребительского спроса на шоколад на рынке города Грязовца.....	269
Сухоцкая В.С. Оценка эффективности брендинговой деятельности молокоперерабатывающих предприятий Республики Беларусь.....	274
Ширяева М.А. Совершенствование кадровой политики учреждений УИС.....	279
Секция 5 «Проблемы социальных и гуманитарных наук»	284
Борзенко Р.Е., Гордеева А.А. Массовая культура и ее отличительные особенности.....	284
Борзенко Р.Е., Гордеева А.А. Исследование формирования самооценки личности в среднем школьном возрасте.....	288
Борзенко Р.Е., Гордеева А.А. Оценка исторических результатов петровских преобразований в западничестве и славянофильстве.....	294
Вагнерите А.А. Проблема реализации № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака».....	298
Долгих Ю.С. Исследование нормативного правового акта Федеральный закон от 22 февраля 2014 г. № 20-ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации».....	303
Мушникова М.М. Теория архетипов Карла Густава Юнга.....	307
Швецова А.А., Балагозова Э.И. Проблемы взаимодействия природы и культуры.....	310