



eISSN 2311-2468
Том 2, № 16. 2014
Vol. 2, no. 16. 2014

электронное периодическое издание
для студентов и аспирантов

Огарёв-онлайн Ogarev-online

<https://journal.mrsu.ru>



АЛЯСОВА А. А.

**АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ
РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ**

Аннотация. В статье представлен анализ состояния рынка труда в Республике Мордовия. В этой связи были исследованы следующие показатели: численность экономически активного населения; количество занятых и безработных. В частности, автор дает оценку причинно-следственных связей их обусловивших. Кроме того, в статье представлены прогнозные расчеты значений данных показателей методом экстраполяции по тренду и экспоненциальным сглаживанием.

Ключевые слова: рынок труда, занятость, безработица, население, регион, прогноз, экономически активное население, анализ.

ALYASOVA A. A.

**LABOUR MARKET ANALYSIS AND FORECAST:
A STUDY OF MORDOVIA REPUBLIC**

Abstract. The paper presents an analysis of Mordovia Republic labour market. Particularly, the author analyzes such economic indicators as the number of economically active population, the number of employed and unemployed with an assessment of their cause-and-effect relationship. Also the paper presents prediction calculations of these indicators by using the trend extrapolation and exponential smoothing methods.

Keywords: labour market, employment, unemployment, population, region, forecast, economically active population, analysis.

Функционирование рынка труда как неотъемлемое условие развития экономики привлекает к себе пристальное внимание политических деятелей, ученых, самых широких слоев населения. Такая потребность возникла неслучайно, поскольку изучение состояния рынка в большей степени позволяет выявить негативные тенденции проблемы занятости, безработицы, мобильности трудовых ресурсов. Выявленные угрозы в данной сфере необходимы для принятия мер воздействия, которые влияют на решения не только чисто экономических задач, но и задач социального развития общества.

В любом современном обществе существует часть населения, которая желает работать и те, кто нанимает этих желающих работать на работу для производства каких-нибудь товаров или услуг. И те, и другие, а также государство, как один из самых заинтересованных посредников, устанавливающих основные правила игры, вступают в

непосредственные и опосредованные контакты друг с другом по поводу купли-продажи рабочей силы, обучения работников и использования их в процессе производства. Возникающие при этом между ними совокупность отношений носит название рынок труда.

Рынок труда – система социально-трудовых отношений между государством, работодателями и трудящимися, включающая формирование рабочей силы, ее распределение и использование. Важной составляющей рынка труда являются трудовые ресурсы.

Ситуация на рынке труда оценивается посредством целого круга показателей. Одним из важных показателей является экономически активное население, которое представляет часть населения, обеспечивающую предложение рабочей силы для производства товаров и услуг. Его численность измеряется по отношению к определенному периоду и включает занятых и безработных [1, с. 67]. Проанализируем состояние рынка труда в Республике Мордовия (см. табл. 1).

Таблица 1.

Динамика показателей, характеризующих ситуацию на рынке труда
Республики Мордовия, тыс. чел.

Показатель	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Численность экономически активного населения – всего	455,2	474,4	464,1	460,8	460,9
мужчины	228,4	229,8	233,9	232,9	232,9
женщины	226,8	244,6	230,2	227,9	228,0
Занятые в экономике – всего	438,9	463,0	439,0	436,2	436,8
мужчины	217,4	224,5	217,8	218,9	219,7
женщины	221,5	238,5	221,2	217,3	217,1
Безработные – всего	16,3	11,4	25,1	24,6	24,1
мужчины	11,0	5,3	16,1	14,0	13,2
женщины	5,3	6,1	9,0	10,6	10,9

Проанализировав данные, которые представлены в таблице 1, можно сделать вывод о том, что на протяжении периода с 2007 по 2011 гг. прослеживается скачкообразное повышение экономически активного населения (ЭАН). С 2010 г. численность ЭАН имеет тенденцию к спаду активности населения. Причиной сокращения экономически активного населения, наряду со старением населения (рост числа лиц пенсионного возраста), является также рост численности учащихся, а также другие изменения, происходящие в структуре трудовых ресурсов. В свою очередь сокращение занятости сопровождается одновременным ростом скрытой безработицы во всех отраслях экономики Мордовии. Оценивая половозрастную структуру, можно сказать, что в числе экономически активного населения наибольшую долю занимают мужчины – 232,9 тыс. человек, но еще в 2008 г. преобладали женщины – 244,6 тыс. человек [4]. Среди регионов ПФО по численности экономически

занятого населения Республика Мордовия находится на 13 месте, что свидетельствует о не очень устойчивом положении экономики региона. Для того, чтобы этот показатель стал выше, необходимо создавать более действенные программы по финансированию экономической деятельности [2, с. 26-27].

Не менее важным показателем выступает численность занятых в Республике Мордовия. Из таблицы 1 можно сделать вывод, что данный показатель не стабилен и снижается. С 2007 года по 2011 гг. наблюдается скачкообразное изменение – уменьшение численности чередуется с ее увеличением. В 2008 г. наблюдается пик занятости, что является положительной динамикой. С 2009 г. происходит уменьшение занятых, а с 2010 по 2011 гг. ситуация достаточно стабильна. В половозрастной структуре преобладает численность занятых мужчин, а не женщин. Факторы, влияющие на конъюнктуру рынка труда, на показатели занятости и безработицы: национальное богатство страны, фактор оттока капитала, падение совокупного спроса в экономике и спад ВВП, инвестиции, демографическом фактор. Вместе с тем, в связи с сохранением проблемы несоответствия спроса и предложения рабочей силы, определенная часть рабочих мест остается вакантной. По данным службы занятости населения республики, на протяжении ряда последних лет требуются токари, сварщики, фрезеровщики, водители, каменщики, монтажники, столяры-плотники. На рынке труда создается ситуация, когда, с одной стороны, невозможно удовлетворить потребности организаций в работниках определенных профессий и специальностей, а с другой – в центры занятости населения регулярно обращаются безработные граждане, испытывающие сложности в трудоустройстве. В целом, структура вакансий не соответствует структуре безработицы [2, с. 28-29].

Состояние рынка труда в Республике Мордовия определяет также такой показатель как численность безработных в составе экономически активного населения. С 2009 г. происходило ухудшение ситуации на рынке труда. Мировой финансово-экономический кризис внес свои коррективы и в ситуацию на рынке труда. Так численность безработных в 2009 г. резко возросла в среднем с 11,4 до 25,1 тыс.человек [4]. С 2010 г. ситуация начала стабилизироваться: безработица несущественно снизилась. Кроме того, увеличилось число тех, кто работал неполное время и ушедших в отпуска. Причины происходящих процессов – сокращение неэффективных рабочих мест и высвобождение работников. На рынке труда республики сохраняется дисбаланс спроса и предложения на рабочую силу в профессионально-квалификационном разрезе [4]. Модернизация производства, развитие и расширение применения новых наукоемких технологий привело к изменению профессионально-квалификационной структуры спроса на рынке труда, повышению

требований работодателей к качеству рабочей силы. В настоящий момент ощущается нехватка квалифицированных кадров по отдельным профессиям и специальностям. За годы реформ большинство организаций свернуло внутрифирменную подготовку и повышение квалификации рабочих. Устаревшие производственные технологии и оборудование, длительные и необратимые остановки производства существенно снизили общий уровень профессиональной подготовки и квалификации рабочих кадров.

Для того, чтобы посмотреть, как будет изменяться ситуация на рынке труда в Республике Мордовия, необходимо построить прогноз составляющих ее показателей. Результаты анализа и прогнозирования показателей рынка труда служат основой разработки соответствующих программ, направленных на повышение уровня жизни населения. Поэтому важно уметь строить среднесрочные и долгосрочные прогнозы. Для прогнозирования численности экономически активного населения используем метод экстраполяции в программе Microsoft Excel. Преимущества данного метода состоят в простоте и надежности его использования.

Как можно отметить, численность экономически активного населения будет увеличиваться и за 5 прогнозируемых лет возрастет на 27 тыс. человек и в 2016 г. составит более 488 тыс. человек (см. рис. 1).

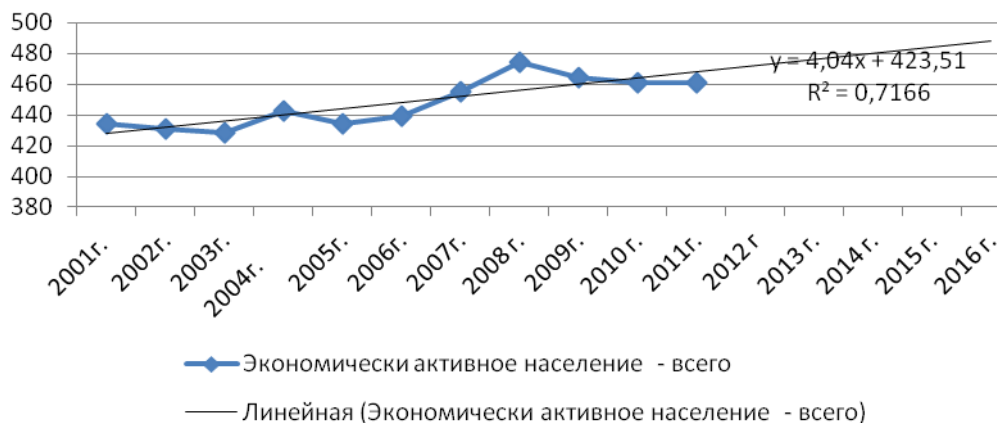


Рис. 1. Прогноз численности экономически активного населения в Республике Мордовия, тыс. чел.

Увеличение данного показателя в будущем можно связать с политическими, экономическими, социальным и демографическими процессами в России в целом и в Республике Мордовия в частности. Возможный рост вызывает реализация двух программ: Республиканской целевой программы улучшения условий и охраны труда в Республике Мордовия на 2011-2015 годы; Республиканской целевой программы содействия занятости населения Республики Мордовия на 2012-2014 годы.

Для построения прогноза занятости населения в Республике Мордовия воспользуемся методами экспоненциального сглаживания пакета STATISTICA 6. Этот метод может быть использован для краткосрочных прогнозов будущей тенденции на один период вперед, также он автоматически корректирует любой прогноз в свете различий между фактическим и спрогнозированным результатом (см. рис. 2).

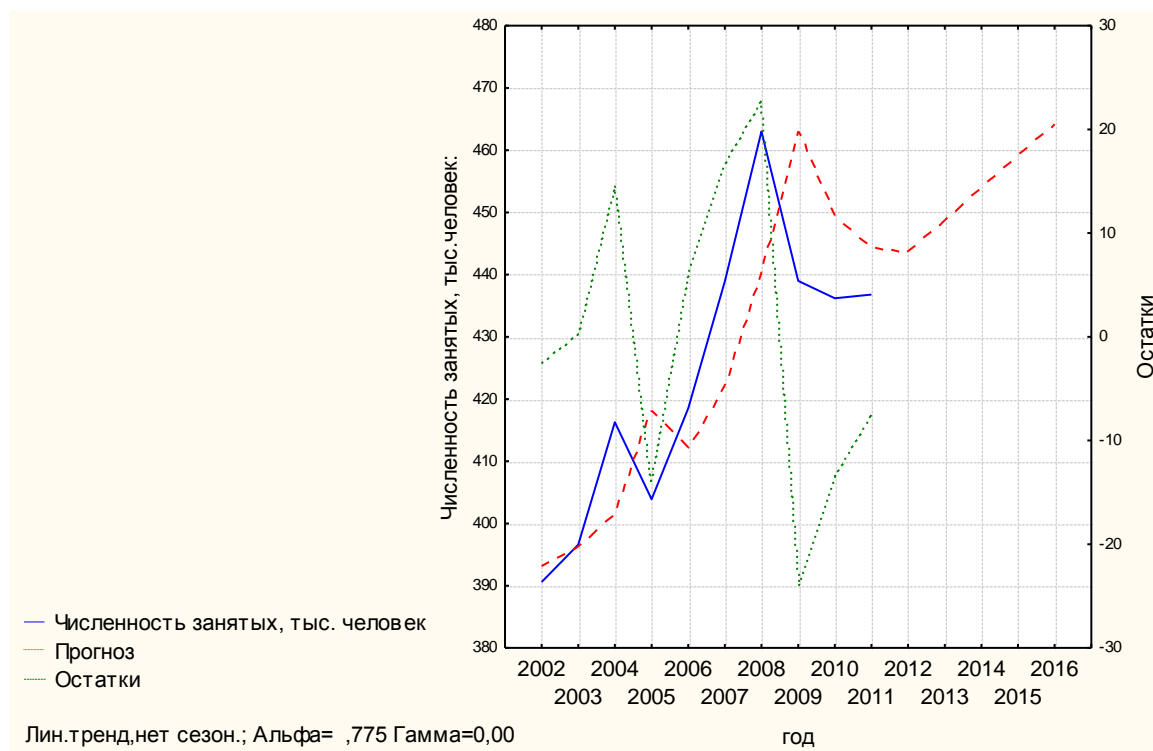


Рис. 2. График экспоненциального сглаживания численности занятого населения в Республике Мордовия методом Холта.

С 2012 по 2016 гг. наблюдается ежегодный рост численности занятых в Республике Мордовия, что в свою очередь, является положительной тенденцией для рынка трудовых ресурсов. Динамика и прогнозы численности занятых позволяют сделать вывод о том, что Республика Мордовия сможет обеспечить стабильность численности своего трудоспособного населения и удовлетворить потребность в трудовых ресурсах, опираясь на внутренние демографические ресурсы. То есть на рынке труда будет наблюдаться ситуация удовлетворения организаций в работниках определенных профессий (см. рис. 3).

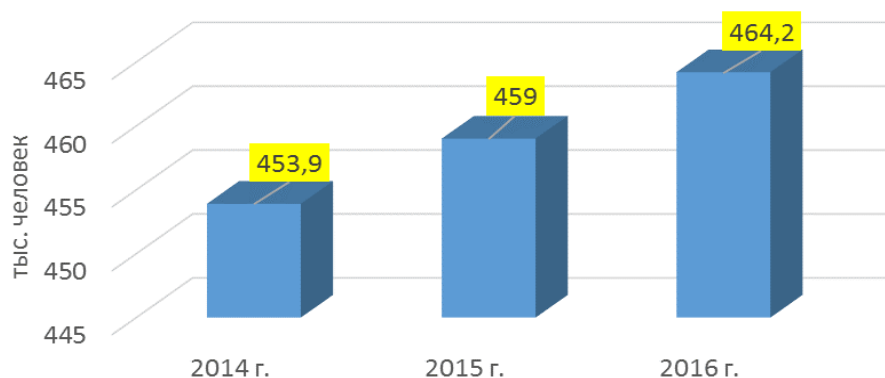


Рис. 3. Прогнозные значения численности занятых, тыс. чел.

Подводя итог всего вышесказанному необходимо отметить, что наблюдается тенденция к равномерному росту показателей рынка труда, который связан, в частности, с увеличением численности экономически активного населения и численности занятых. Состояние рынка трудовых ресурсов имеет не только экономическое, но и ярко выраженное социальное содержание, что дает основания характеризовать его как важнейший элемент социально-экономической политики государства. Необходимо, чтобы его функционирование обеспечивало достойную жизнь человека в стране. Для успешного достижения этой цели следует быть в курсе его изменений и предвидеть их развитие в будущем, чтобы вовремя заметить и устранить выявленные проблемы, так как от него зависит развитие региона и государства в целом. Осуществляемые в необходимом объеме мероприятия могут привести к снижению уровня безработицы на рынке труда, снижению социальной напряженности, а это положительно скажется на развитии демографической ситуации и создаст основу для выполнения показателей социально-экономического развития республики, позволит повысить конкурентоспособность работников, находящихся в зоне риска увольнения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственный комитет Республики Мордовия по труду и занятости населения. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://trudrm.ru/legislation.html>.
2. Ершова Е. Г. Анализ и прогнозирование динамики занятости на уровне региона // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 30. – С. 26–29.
3. Коровкин А. Г. Движение трудовых ресурсов: анализ и прогнозирование. – М., 2010. – 208 с.

4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Мордовия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mrd.gks.ru/default.aspx>.

БУРНАЕВА М. В.

**ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОЙ СТРАТЕГИИ В
МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ**

Аннотация. В данной статье рассмотрено формирование товарной стратегии в молочной отрасли в условиях социально-экономической трансформации. Особое внимание было уделено проблемам, с которыми сталкиваются предприятия молочной промышленности в ходе формирования товарной стратегии, а так же способам их решения.

Ключевые слова: товар, товарная стратегия, ассортимент, молочная отрасль, социально-экономическая трансформация, виды товарной стратегии.

BURNAYEVA M. V.

**THE FEATURES OF PRODUCT STRATEGY FORMATION
IN THE DAIRY INDUSTRY: A STUDY OF MORDOVIA REPUBLIC**

Abstract. This article deals with the formation of product strategy in the dairy industry in the context of socio-economic transformation. The author focuses on the problems faced by the dairy industry in the process of product strategy formation as well as the ways of their solution.

Key words: product, product strategy, product range, dairy industry, socio-economic transformation, types of product strategy.

Региональный рынок молока и молочной продукции является важнейшей составной частью продовольственного рынка и представляет собой сложную, развивающуюся быстрыми темпами экономическую систему отношений. При этом для каждого отдельного регионального рынка характерны особенности развития, которые связаны со спецификой функционирования региональной экономики, природных и социально-экономических факторов региона.

Современное состояние социально-экономической ситуации в молочной промышленности характеризуется трансформационными процессами. В качестве трансформационной экономической системы рассматривается ситуация, когда индустриальная экономика переходит в постиндустриальную стадию развития, где только предстоит начать воспроизводство на собственной основе. Переход от индустриальной к постиндустриальной экономической системе насыщен процессами социально-экономических преобразований которые радикально меняют структуру экономики. Пытаясь осмыслить эти масштабные перемены, экономисты создали ряд оригинальных концепций, воссоздающих логику развития отечественного производства и определяющих его ближайшие перспективы. Понятие трансформационного отечественного производства

необходимо для того, чтобы обозначить новый этап в становлении и развитии постиндустриальной экономической системы [4].

Трансформационный процесс усилил конкуренцию на рынке, поэтому предприятия вынуждены функционировать в жестких условиях. Они должны четко формировать стратегию своего развития, учитывая проведение своей деятельности в таких условиях. Для этого необходимо детально разработать функциональные стратегии, но таким образом, чтобы они не шли в разрез с общей стратегией развития предприятия и одновременно дополняли ее и способствовали ее реализации.

К одной из функциональных стратегий относится товарная стратегия. Товарная стратегия на рынке молочной продукции является ключевым фактором успеха. Именно от хорошо продуманной и детально разработанной товарной стратегии зависит насыщенность рынка необходимыми товарами, удовлетворенность потребителей, успешная деятельность и конкурентоспособность предприятий [1, с. 275]. Так, американский ученый С. Маджаро справедливо отметил: «Если товар не в состоянии удовлетворить покупателя и его потребности, то никакие дополнительные затраты и усилия, связанные с использованием других элементов маркетинга, не смогут улучшить позиции предприятия на рынке». Данное высказывание очень подходит для молочной продукции, где главное внимание уделяется скорее качеству, свойствам и различным модификациям товара, нежели его оформлению и рекламе. Поэтому предназначение товарной стратегии заключается в формировании оптимальной товарной номенклатуры и ассортимента товаров, наиболее предпочтительного для определенного рынка и обеспечивающего эффективную деятельность предприятия.

Трансформационный процесс затронул практически все отрасли производства. В таких условиях находится и одна из отраслей пищевой промышленности – молочная отрасль.

На рынке молочной продукции Республики Мордовия присутствуют 22 республиканских производителя, неравнозначных по объемам производства и выпускаемой продукции. Крупнейшими из них являются ОАО «Молочный комбинат «Саранский», ОАО «Молоко» г. Рузаевка, ОАО «Сыродельный комбинат «Ичалковский» [3].

В составе рынка молочной продукции можно выделить рынок цельномолочной продукции, рынок масла и рынок сыра.

На рынке цельномолочной продукции безусловными лидерами являются ОАО «Молочный комбинат «Саранский» – 69,7 %; ОАО «Молоко» г. Рузаевка – 10,3%; ОАО «Елочка» Ельниковского муниципального района – 7,9 %. Крупнейшими производителями масла животного являются: муниципальное унитарное предприятие «Маслодельный завод «Краснослободский» (24 %), ОАО «Сыродельный комбинат «Ичалковский» (22,8 %), ОАО «Завод маслодельный «Атяшевский» (11,6 %), ОАО «Мечта» Чамзинского муниципального

района и ООО «Агрофирма «Темниковская» – примерно по 10 %. Крупнейшими производителями сыра натурального являются ОАО «Сыродельный комбинат «Ичалковский» (57 %); ОАО «Надежда» Ковылкинского муниципального района (33 %) [3].

В рамках каждого отдельного рынка, данные производители предлагают потребителям товары с аналогичными названиями, похожими функциональными свойствами в примерно одинаковом ценовом диапазоне. Это порождает условия жесткой конкуренции. Поэтому очень важно в таких условиях умело дифференцировать свой продукт и эффективно его продвигать.

В зависимости от рынка и производимого товара, различают четыре вида стратегий: стратегия проникновения на рынок; стратегия развития рынка; стратегия развития товара; стратегия диверсификации [2, с. 208]. Особенностью предприятий молочной продукции является то, что производимая продукция может быть с легкостью дифференцирована по целому ряду признаков, вследствие чего часто используемой конкурентной стратегией является стратегия дифференциации. Дифференциация является наиболее оптимальной стратегией, так как позволяет охватить практически все потребительские сегменты. Данная стратегия дает возможность предприятиям позиционировать свою продукцию за счет отличительных свойств, а также формирует в глазах у потребителей определенный устоявшийся образ о товарной марке.

Таким образом, большое значение имеет правильное определение товарной стратегии, которая позволяет совершенствовать процесс формирования и обновления ассортимента, а также является неким ориентиром для руководства предприятия при определении общего направления деятельности. При ее разработке важным является четкое представление о целях производства и сбыта продукции в перспективе, детальное знание конкурентного рынка и его потребностей, адекватная оценка своих возможностей и ресурсов. Часто эти условия не соблюдаются, и на предприятиях наблюдается расхождение целей, в частности это касается долгосрочных и краткосрочных целей. В результате возникает ряд проблем, связанных с формированием товарной стратегии.

Сегодня на предприятиях по производству молочной продукции республики можно выделить следующие основные проблемы формирования товарной стратегии: создание и производство новых товаров и услуг; обеспечение надлежащего уровня качества; формирование оптимального товарного ассортимента; установление платежеспособной цены.

Качество всегда было и остается важной рыночной характеристикой товара. Для 80% покупателей качество стало важнее цены. Поэтому производители молока и молочной продукции обращают внимание потребителей на натуральность, экологичность и высокое

качество. В республике Мордовия уже не первый год проводится конкурс, в котором разыгрывается «Кубок Юнимилк». Данный конкурс выявляет предприятия с самым высоким качеством продукции. Так в 2010 и 2011 гг. победителем стало ООО «Подсобное хозяйство» Темниковского района, которому удалось произвести 100 % молока высшего сорта. Также продукцией высокого качества обладают следующие предприятия: агрофирма «Рязановка» Старошайговского района, «Восьмое марта» Большеигнатовского района и «Исток» г. Рузаевка. Таким образом, в республике большое внимание уделяется производству высококачественной молочной продукции, что позволяет предприятиям эффективно функционировать в отрасли.

Следующая проблема связана с ценой товара. К сожалению, в настоящее время высокая цена еще не является подтверждением высокого качества товара. Это наблюдается и на рынке молочной продукции. Рассмотрим цены на аналогичные продукты некоторых производителей молочной продукции РМ, указанные в таблице 1.

Таблица 1.

Сравнение цен аналогичной продукции различных предприятий

Сравниваемые продукты	Цены на аналогичные продукты предприятий (руб.)				
	ОАО «Молочный комбинат «Саранский»	ОАО «Сырodelьный комбинат «Ичалковский»	ОАО «Завод маслodelьный «Атяшевский»	ОАО «Молоко»	ООО «Агрофирма Юбилейная»
Молоко 2,5 %	35	33	27	29	28
Молоко 3,2 %	45	35	32	34	34
Сметана 20 %	49	62	42	59	45
Сметана 15 %	48	55	35	52	37
Творог 54 %	35	38	35	30	32
Масло 72,5 %	140	180	170	170	170
Кефир 1 %	16	18	13	19	17
Ряженка 2,5 %	24	19	18	21	17

Из таблицы видно, что на аналогичные продукты цены примерно одинаковы. Но, тем не менее, можно выделить предприятия с относительно высокими и низкими ценами. Высокие цены, кроме как из-за качества, устанавливаются еще исходя из известности торговых марок предприятий, тем самым позиционируя свою продукцию как лучшую.

Естественно, остальные предприятия не могут себе этого позволить. Несмотря на это, и в низком ценовом сегменте жесткая конкуренция приводит к борьбе, причем к борьбе за количество, а не за качество продукции, поэтому проблема несоответствия цены и качества достаточно актуальна. Чтобы изменить данную ситуацию, предприятие должно проанализировать свой ассортиментный портфель, выявить наиболее рентабельную и нерентабельную продукцию, оценить с помощью бенчмаркинга, принять соответствующее решение относительно каждой продукции. Данные мероприятия позволят предприятиям высвободить дополнительные средства и направить их в развитие более рентабельной продукции. Это в свою очередь может способствовать повышению качества продукции и снижению издержек на ее производство.

Не менее важной проблемой является формирование оптимального товарного ассортимента. Формирование ассортимента может осуществляться различными методами, которые зависят от масштабов сбыта и специфики выпускаемой продукции. Критерием оптимальности товарного ассортимента является максимальное удовлетворение потребностей покупателей при наиболее эффективном использовании ресурсов. На рынке молочной продукции республики наблюдается рост потребления упакованной молочной, йогуртно-десертной продукции, пудингов, молочных десертов, причем, потребители все в большей мере отдают предпочтение натуральным продуктам. Соответственно, производители йогуртов класса люкс переориентируются на производство продукции без ароматизаторов и добавок. В данном отношении на рынке молочной продукции проблем не наблюдается. Не все, но большинство предприятий располагают широким ассортиментом продукции, этого достаточно, чтобы удовлетворить потребности потребителей в полной мере. Чтобы ассортимент предприятия всегда был востребованным, необходимо систематически анализировать требования рынка, так как потребности потребителей меняются очень быстро. При этом нужно постоянно совершенствовать продукцию, придавая ей дополнительные полезные свойства, позволяющие быть постоянно ценным в глазах потребителей.

Таким образом, основными направлениями при формировании товарной стратегии являются: качество товара, соответствующая цена, ассортимент, товарные инновации. У некоторых предприятий в данных аспектах есть проблемы, где одна проблема вытекает из другой. Например, увеличение ассортимента продукции возможно в случае разработки инновационных товаров, либо освоения производства уже существующих. Изменение технологии производства позволит улучшить качество продукции и привести его в соответствие с ценой. Поэтому внимание нужно уделить высокопрофессиональному анализу

данных и оперативной разработке альтернативных решений проблем, одновременно учитывая современные тенденции, характеризующие развитие рынка.

Разработка грамотной товарной стратегии дает возможность региональным предприятиям молочной промышленности увеличить число потребителей своей продукции, как за счет увеличения их приверженности, так и за счет привлечения потребителей своих конкурентов. Этот путь развития является сложным и затратным, но благодаря ему перед предприятиями молочной промышленности открываются возможности для освоения региональных и федерального рынков молока и молочной продукции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: учеб. пособие / пер. с нем. А. М. Макарова; под ред. И. С. Минько. – М.: Юрист, 2007. – 504 с.
2. Маркетинг: стратегии, планы, структуры: учеб. пособие / под ред. Е. П. Голубкова. – М.: Дело, 2006. – 459 с.
3. Молочная промышленность в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://milknet.ru>
4. Хузина Г. Г. Сущность трансформационного процесса в экономической системе // Проблемы современной экономики. – №4. – 2010. – С. 61–65.

ГЕРАСИМОВА М. Д.
РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ИНТЕРЬЕРА
СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ

Аннотация. Формирование рекламно-информационного пространства розничной торговой сети в современных форматах становится необходимым условием повышения эффективности ее функционирования, так как является одним из самых мощных рыночных инструментов продвижения товаров. В статье представлен анализ эффективности использования элементов рекламно-информационного оформления интерьера магазина с возможным использованием POS-материалов.

Ключевые слова: интерьер, рекламно-информационное оформление, рекламный носитель, POS-материалы.

GERASIMOVA M. D.
ADVERTISING AND INFORMATION INTERIOR DESIGNING
OF A MODERN RETAIL OUTLET

Abstract. The formation of advertising information space in a modern retail outlet chain is becoming a prerequisite of improving its functioning effectiveness, being one of the most powerful marketing tools of promoting products. This article presents an effectiveness analysis of the advertising and information retail outlet designing by possible using of various POS materials.

Keywords: interior, advertising and informational designing, advertising medium, POS materials.

По мере развития рыночных отношений, наблюдается рост числа торговых предприятий, усиливается конкурентная борьба между торговыми компаниями за рыночную долю и покупателя. Каждая компания определяет собственные пути входа на рынок и обеспечение устойчивой позиции на нем в долгосрочной перспективе. Помимо того, что компании для этого необходимо выбрать правильную тактику, стратегию развития, оценить и выбрать наиболее выгодный целевой сегмент рынка, не менее важной задачей является создание фирменного стиля компании [2, с. 89].

В этой связи Ф. Котлер писал: «Дизайнеры определяют суть компании и превращают ее в концепцию, которая поддерживается мощными визуальными символами и логотипами». Фирменный стиль – это один из способов заявить о компании и ее ценностях. Не стоит забывать, что фирменный стиль – это актуальный вид рекламы, который находит свое применение именно в рекламно-информационном оформлении интерьера магазина.

Рекламно-информационное оформление интерьера магазина – это сложная задача, стоящая перед специалистами рекламного бюро. В ходе оформления магазин разделяют на три основные зоны: наружное рекламно-информационное оформление (наружная реклама), куда входит зона входа-выхода; рекламно-информационное оформление торгового зала (внутренняя реклама) и рекламно-информационное оформление прикассовой зоны [3, с. 76].

Оформление любой торговой точки, в том числе, и сети магазинов «Магнит», начинается с наружного оформления, которое осуществляется при помощи различных форм наружной рекламы [1, с. 23].

Наружная реклама – один из самых результативных способов заинтересовать потенциальных клиентов, а также донести новую информацию до реальных покупателей. Так как гипермаркеты «Магнит» расположены преимущественно рядом с проезжей частью, радиус рекламного охвата значительно увеличивается. Реклама представлена на специальных конструкциях (биллбордах) вдоль обочин дорог, а также на зданиях магазинов «Магнит», на которых в широком формате можно увидеть следующую информацию: яркое фото продукта на белом фоне, цена за килограмм по акции, логотип компании. Кроме того, используется широкоформатная печать на баннерной ткани, крепящаяся к роллетам. Размещение фото-артов, стикеров на окнах и стенах магазина «Магнит» создает 100% охват по входу и выходу из магазина.

Наиболее значимыми преимуществами применения наружной рекламы в рекламном оформлении интерьера магазина «Магнит» являются: стимулирование импульсной покупки; эффективность; появление шансов того, что наружная реклама будет замечена людьми, которые не являются постоянными покупателями, и произведет на них впечатление.

Следующим элементом рекламы, который используют при оформлении интерьера сети магазинов «Магнит», является внутренняя реклама, которая включает в себя следующие форматы:

- видео-реклама;
- реклама в торговом зале;
- реклама в закассовой зоне.

«IndoorVideo» – новый формат динамичной рекламы, который вызывает интерес у покупателя, и стимулирует рост продаж товаров, в связи с формированием возникающего на них спроса [4]. Плазменные панели расположены в закассовой зоне с целью обеспечения потенциальных покупателей интересующей их информацией о магазине «Магнит»: новостях, скидках, удачном приобретении новинки.

В целях улучшения узнаваемости торговой марки «Магнит» при оформлении торгового зала используют объемную рекламу. Это интерьерные рекламоносители, вывески,

световые короба и конструкции, различные виды стикеров, стопперы, брендированные паллеты. Данные способы рекламы максимально привлекают внимание потребителей не только к магазину как к торговой марке, но и к предоставляемой ею продукции. На подходе к прикассовой зоне нередко можно заметить объемные конструкции. Во время проведения промо-акций для привлечения внимания покупателей в магазине «Магнит» над витринами прикрепляются красочные подвесные рекламные баннеры. Подобное расположение и достаточно заметный для покупателя формат обеспечивают этим рекламоносителям полную обозреваемость. В сочетании с фирменными широкоформатными клипартами данные преимущества позволяют добиться наивысшего зрительного влияния на покупателей.

Прикассовая зона сети магазинов «Магнит» – это зона наибольшей проходимости покупателей, где они проводят достаточно долгое время, что позволяет им зрительно ознакомиться со всеми рекламно-информационными носителями [3, с. 77]. Здесь можно заметить разделитель для покупок, на котором мерчендайзеры стараются размещать информацию, например, о скидках на какой-либо товар в магазине, POSm-стойки, ростовые куклы, пиляры, брендированные стойки, содействующие проведению промо-акций сотрудниками магазина.

Рекламно-информационное оформление магазина «Магнит» лаконично вписывается в его интерьер, что способствует привлечению потенциальных покупателей и совершению ими покупок. Экономическая эффективность рекламно-информационного оформления интерьера магазина «Магнит» вычисляется путем соотношения товарооборота магазина после оформления магазина различными рекламоносителями к товарообороту магазина аналогичного периода до оформления его рекламоносителями. Заключительный вывод, свидетельствующий об эффективности рекламно-информационного оформления интерьера магазина «Магнит» вычисляется путем анализа расходов на оформление и дополнительной прибыли, полученной в результате. Данные товарооборота одного из сети магазинов «Магнит» в Саранске в ноябре и декабре 2013 г. приведены в таблице.

Таблица.

Показатели товарооборота магазина «Магнит»
в ноябре-декабре 2013 г.

Показатели товарооборота, мес.	Сумма, тыс.руб.
Товарооборот в ноябре 2013 г. (до установки рекламоносителей)	11 496
Товарооборот в декабре 2013 г. (после установки рекламоносителей)	13 335

Показатели товарооборота, представленные в таблице, говорят об увеличении товарооборота в магазине «Магнит», следовательно, мы можем рассчитать индекс прироста товарооборота магазина.

Индекс роста товарооборота равен:

$$I_1 = \frac{13335 \text{ тыс. руб.}}{11496 \text{ тыс. руб.}} = 1,16 (16 \%)$$

За счет рекламно-информационного оформления товарооборот магазина «Магнит» в декабре 2013 г. увеличился на 1839 тыс. рублей. Установлено, что на оформление магазина израсходовано 7 595 рублей.

Экономический эффект составил:

$$\mathcal{E} = 1839,00 \text{ тыс. рублей.} - 7,595 \text{ тыс. рублей} = 1831,405 \text{ тыс. руб.}$$

При вычислении экономического эффекта не рассматривались нерекламные факторы роста товарооборота, поэтому данные нашего исследования могут быть использованы для временной оценки эффективности рекламно-информационного оформления магазина «Магнит», расположенного в г. Саранск.

Наиболее перспективным и не требующим больших затрат направлением рекламно-информационного оформления интерьера, соответствующим категории магазина «Магнит», является оригинальное оформление витрины посредством различных рекламоносителей, привлекающих внимание публики. В связи с развитием POS-материалов были разработаны рекомендации по перспективному оформлению интерьера и рекламно-информационных материалов магазина «Магнит»: модернизировать интерьерные рекламоносители и вывески; увеличить количество световых конструкций; ввести в проект интерактивные POS – мобайлы, диспенсеры, прикассовые стойки-доминаторы; применить паллетное оформление, не противоречащее фирменному стилю сети магазинов «Магнит».

Предложенное рекламно-информационное оформление магазина «Магнит» является экономически эффективным, принесет магазину дополнительную прибыль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аверина Н. В. Витрина – визитная карточка книжного магазина // Печать и слово Санкт-Петербурга (Петербург. чтения): сб. науч. тр. – СПб.: СЗИП СПГУТД, 2006. – С. 22–26.
2. Касьянова Г. Ю. Дизайн и интерьер предприятия. – М.: Академия, 2003. – 364 с.
3. Кондраков Н. П. Оснащение торгового предприятия. – М., 2003. – 254 с.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.magnit-info.ru>

НУЯНЗИНА М. М., АНАНЬЕВ М. А.

**ЗНАЧЕНИЕ ОТРАСЛИ И ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО
УПРАВЛЕНИЯ ОВОЩЕВОДСТВОМ**

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы оценки отрасли овощеводства и создания организационных условий управления ее развитием и функционированием в связи с процессами глобализации рынка. Делается вывод о том, что без государственного регулирования развитие сельскохозяйственного производства приводит к кризисам, нерациональным затратам и потерям.

Ключевые слова: овощеводство, продовольственная безопасность, диспаритет цен, информационно-консультационные службы.

NUYANZINA M. M., ANANYEV M. A.

**THE IMPORTANCE OF LOCAL VEGETABLE PRODUCTION
AND MANAGEMENT PROBLEMS OF THE SECTOR**

Abstract. The article deals with the vegetable production sector. Considering the market globalization, the authors study the management conditions aimed at the sector further development. It is concluded that without government regulation the development of agricultural production leads to crises, unsustainable costs and losses.

Keywords: vegetable production, food security, price disparity, information and advisory services.

Овощеводство имеет огромное значение, так как продукция этой отрасли является важной составляющей рациона питания. Более того, значительная ее часть входит в структуру диетического и детского питания, являясь незаменимым источником полезных веществ. Наряду с другими качествами, продукция отрасли овощеводства влияет на здоровье населения, обеспечение его трудоспособности, а, следовательно, и на развитие страны в целом.

Применительно к конкретным региональным системам продовольственного обеспечения овощеводство является не только отраслью, которая поставяет ресурсы на продовольственный рынок, она еще и влияет на социально-экономическое положение региона. Так, например, в Республике Мордовия овощеводство как отрасль региональной системы продовольственного обеспечения играет важную роль в удовлетворении потребностей населения в свежих и консервированных овощах в течение всего года, а также в предоставлении сырья для перерабатывающей промышленности, влияя тем самым на параметры овощеперерабатывающего подкомплекса [1].

Оценка значения этой отрасли начинается с понимания того, что производство овощей достаточно сложный процесс, так как он подвержен влиянию множества факторов и имеет значительное число специфических особенностей. Например, в отрасли практикуются разные технологические и организационно-экономические схемы производства, а именно, в открытом и закрытом грунте (в теплицах). При этом, несмотря на то, что продукция может производиться однотипная, применяемые схемы различаются по используемым сортам, тем самым, имея разную эффективность, характеризуются различным уровнем затрат и помимо этого имеют много отличающихся признаков. Таким образом, исследование проблем управления отраслью, необходимо начинать с рассмотрения внутриотраслевых проблем и специфических форм их развития и функционирования.

Наибольшей сложностью является то, что отрасли присуще множественность видов продукции со специфическими особенностями технологии и периодом возделывания. И даже по каждой овощной культуре существует свой ассортиментный ряд в связи с различным назначением ее использования (непосредственное употребление, переработка или хранение). Ориентация на рыночную востребованность по периодам года означает в системе управления отраслью, прежде всего, различающийся уровень производственных затрат соответствующий культурам, производимым в отрасли, потому что из-за различий в технологических процессах, овощи по сортам имеют иную потребность в производственных затратах и могут иметь разные рынки сбыта. Поэтому калькулирование затрат в овощеводстве требует, как немалого профессионализма, так и знания агротехнических «тонкостей» всего овощного разнообразия.

Еще одним отличительным признаком отрасли является ее специфическая зависимость от погодных условий. Не в нашу пользу будет сравнение климатических условий, например, с Испанией, и следует предположить, что отечественному овощеводству требуется иное преимущество перед зарубежными конкурентами. Все это связано, прежде всего, с глобализацией рынка овощей.

А ведь это становится реальной угрозой продовольственной безопасности. Колоссальный объем овощей завозится из-за рубежа. По данным ФТС, в 2010 году Россией было закуплено у иностранных поставщиков и производителей около 3 млн. тонн свежих овощей, за первые 9 месяцев 2011 года – 3,4 млн. тонн [5]. При этом величина доли импортной продукции значительно различается в зависимости от сегмента рынка: так в 2012 году для огурцов, лука, чеснока, моркови и свеклы она составляет порядка 10%, и свыше 20% для томатов. В межсезонье импорт свежих овощей, имеющих короткий срок хранения, доходит до 70 %. Но в некоторых случаях доля импортной продукции еще выше. Например, по томатам она поднимается в межсезонье до 95 %. Томаты импортируются в основном из

Турции, лук и чеснок – из Китая и Нидерландов, капуста – из Польши и Китая, морковь и репа – из Израиля, а огурцы – из Турции и Ирана.

По территориальному расположению все регионы России диверсифицированы и не везде возможно выращивание овощей (в этом Республика Мордовия имеет далеко не худшее расположение). Однако это не значит, что регион не может обеспечить себя овощами собственного производства. У нас есть огромные пространства сельскохозяйственных угодий (для тепличных комплексов это не главное), собственные производства удобрений в промышленных объемах, отлично налажена энергетика и заинтересованное трудоспособное население. Должен быть составлен баланс количественной необходимости всех видов овощей согласно нормам питания по каждому региону. И на основании этого необходима программа развития отрасли с учетом обеспечения внутри региональных потребностей в продукции овощеводства.

При этом нельзя говорить о низком уровне рентабельности овощеводства. Раз другие страны, используя наши удобрения и энергоносители, могут выращенную продукцию нам же завозить для продажи, значит, и российские тепличные хозяйства могут быть конкурентоспособными. Необходима рациональная организация и государственное управление, способствующее развитию. Для обеспечения достойного уровня рентабельности отрасли требуется создать эффективный механизм функционирования овощеводческого хозяйства с учетом рационализации земельной ренты в зависимости от расположения региона и оптимизировать инструменты ценообразования.

История и зарубежный опыт показывают, что сельское хозяйство не может развиваться без поддержки государства [4, с. 62]. Региональное управление овощеводством включает в себя меры государственного воздействия на структуру производства, аграрный рынок, социальную структуру с целью создания стабильного развития отрасли.

Без государственного регулирования стихийное развитие сельскохозяйственного производства будет приводить к кризисам, нерациональным затратам и потерям, разорению одних хозяйств и обогащению других, причем без взаимосвязи с уровнем эффективности их производства, а в результате рыночных колебаний и в зависимости от природного и производственного потенциала сельскохозяйственных предприятий [2, с. 168]. Проблема состоит в том, что в связи со вступлением в ВТО «открытая» политика протекционизма невозможна, явно необходимы высококвалифицированные управленческие кадры, способные на уровне региона и страны в целом обеспечить стимулирующую, эффективную аграрную политику. Но и самому агробизнесу требуются подготовленные по профилю специалисты, которые с одной стороны не побоятся вводить инновации, а с другой стороны введут их рационально и эффективно.

Рынок продукции защищенного грунта России не насыщен, и вероятнее, что его объем будет расти в дальнейшем по мере инвестирования и повышения уровня благосостояния населения. Необходимо стимулирование потребительского спроса через пропаганду здорового образа жизни и повышение покупательной способности граждан. В России слишком велико потребление картофеля, но потребление овощей ниже рекомендуемой нормы.

Проблемой выступает диспаритет цен, ставший причиной снижения рентабельности всего сельского хозяйства, поэтому зарубежной продукции было не сложно занять определенную долю рынка. Не смотря на то, что в Республике Мордовия успешно функционирует тепличный комплекс ГУП «Тепличное», на прилавках присутствуют импортные овощи конкурентов.

Далее необходимо рассмотреть проблемы инфраструктуры. Косвенно государство может способствовать развитию овощеводства посредством информационно-консультационных служб, которые в свою очередь будут являться передаточным звеном инновационных преобразований. Очевидно, что служба консультирования является связующим звеном инновационной системы АПК, доводящим нововведения до конкретного сельхозтоваропроизводителя, значительно повышая его конкурентоспособность [3, с. 39]. Это также может служить инструментом повышения правовой грамотности представителей малого сектора овощеводства. Проблемой является то, что многие виды поддержки для сельскохозяйственных товаропроизводителей не достигают максимальной эффективности по причине недопонимания руководителями условий реализации различных программ и упущения возможности участия в них.

Не только в овощеводстве, но и в целом по сельскому хозяйству, многие предприятия, обладают низким платежеспособным спросом на инновационные продукты и технологии и вследствие этого упускают конкурентные преимущества. Необходимо установить непосредственную связь производства и науки с целью внедрений инноваций. Поэтому необходимо установление сотрудничества производственных единиц и учебных заведений.

Оценивая сложившуюся хозяйственно-экономическую ситуацию в овощеводстве, следует признать, что проблема ее развития и создания условий функционирования представляется сложной, а потому может быть решена только путем системного управленческого воздействия на состояние путем совершенствования механизма развития и создания условий эффективного функционирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ананьев М. А. Управление устойчивостью системы продовольственного обеспечения: монография. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2013. – 200 с.
2. Белова Ю. А., Подзоров Н. Г. Государственное регулирование развития конкурентоспособности продовольственных товаров в России: монография. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2011. – 208 с.
3. Кравченко Н. П. Общеметодологические подходы к обоснованию приоритетных направлений инновационного развития растениеводства // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2011. – № 4. – С. 36–39.
4. Малкова Т. Б., Ипатьева Л. А. Новые подходы к управлению инновационным развитием АПК региона // Самый лучший журнал. – 2013. – № 3. – С. 62–65.
5. Официальный сайт организации «Аграрная торговая система». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.agroru.com/>

КУДРЯЕВА Л. А., ПОТЕШКИНА Л. Г.

**РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ИННОВАЦИОННОМ
РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОГО АПК**

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению вопросов государственного регулирования инновационного развития регионального агропромышленного комплекса (АПК). Предложены пути повышения эффективности использования инновационных технологий управления на уровне агропромышленного сектора экономики региона.

Ключевые слова: инновационные технологии, государственное регулирование, модернизация, агропромышленный комплекс.

KUDRYAEVA L. A., POTESHKINA L. G.

**GOVERNMENT REGULATION OF REGIONAL
AGRIBUSINESS INNOVATIVE DEVELOPMENT**

Abstract. This article deals with some issues of state regulation of regional agribusiness innovative development. The authors suggest a number of ways to improve the efficiency of management innovative technologies used by the agricultural sector at regional level.

Keywords: innovative technology, government regulation, modernization, agricultural sector.

На современном этапе развития мировой экономики существует необходимость применения инновационных и экономически эффективных методов ведения производства. Построение инновационной модели поможет решить задачу выхода страны на новый уровень и обеспечить устойчивое развитие экономики.

Инновации представляют собой введенный в использование новый или существенно улучшенный продукт или процесс, новый способ продвижения или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях. Инновационное развитие – это такой тип экономического развития страны, региона или организации, главным фактором которого выступают инновации.

Инновации играют ведущую роль и в развитии АПК, тем самым помогая внедрять в хозяйственную деятельность результаты исследований и разработок. В отраслях сельского хозяйства таковыми могут быть новые или улучшенные продукты питания, новые технологии и сорта растений, новые породы, виды животных и кроссов птиц, новые удобрения и средства защиты растений и животных, новые методы профилактики и лечения животных и птиц, новые формы организации и управления различными сферами экономики, новые подходы к социальным услугам, которые позволят повысить эффективность

производства.

Все определения термина «инновация» ассоциируются с понятиями «новшество», «открытие», «изобретение». Создание дополнительной ценности и внедрение – это главная особенность инновации. В такой позиции инновация не будет инновацией до тех пор, пока ее внедрение не начнет приносить прибыль.

Возможности инновационного развития страны в целом и АПК в частности во многом зависят от эффективного государственного регулирования на уровне регионов. Без организации и развития региональных инновационных систем переход к инновационному развитию экономики страны неосуществим. Для каждого субъекта РФ должна формироваться своя государственная региональная инновационная политика, которая будет связана с разработками, учитывающими социально-экономическое положение региона, его специфику и потребности в инновациях. Главная цель инновационного развития – это формирование инновационной деятельности в регионе, разработка механизмов ее внедрения [5, с.33]. Следует заметить, что без участия государства не могут быть реализованы глобальные инновационные разработки. Государство в области модернизации аграрного производства на основе инновационных технологий решает макроэкономические проблемы (дотации, диспаритет цен, кредиты, налоги, льготы, устойчивость рубля и его конвертируемость, импортозамещение, создание условий для развития малого бизнеса, модернизация социальной инфраструктуры сельских территорий). Оно принимает долгосрочные стратегии восстановления и устойчивого развития села и агропромышленного комплекса в целом.

Научно-исследовательский прогресс и инновационные процессы, позволяющие вести постоянное обновление производства на основе достижений науки и техники, являются перспективными стратегическими направлениями развития сельского хозяйства и всего агропромышленного комплекса. Это подчеркивал председатель Правительства Д. А. Медведев, когда говорил, что «без перехода к модернизации у нашей экономики нет будущего, даже несмотря на то, что она опирается на огромные природные богатства нашей страны... Поэтому одним из важнейших направлений создания российской «умной экономики будущего» должно стать инновационное развитие АПК» [7].

На современном этапе регулирование развития АПК основывается на таких принципах как государственная финансовая поддержка в виде субсидий, дотаций, льготного кредитования, таких сфер АПК, которые являются стратегически и социально значимыми для общества, однако в результате низкой рентабельности непривлекательны для частного бизнеса; комплексности решений правового, финансового, социального характера; направленности регулирующего воздействия на экономический рост и снятие социальной

напряженности в обществе.

Слабый платежеспособный спрос на научно-техническую продукцию в АПК оказывает негативное воздействие на инновационные процессы. У большинства сельхозтоваропроизводителей существует проблема недостатка собственных денежных средств. Реализация программ бюджетного финансирования и возможность получить на инновации заемные средства могут позволить им заниматься освоением новых технологий. Но эти технологии для аграрного производства характерны высоким уровнем рисков инновационных процессов. Риск финансирования научно-производственных результатов, риск временного разрыва между затратами и результатами, неопределенность спроса на инноваторский продукт не заинтересовывает частных инвесторов вкладывать капитал в сельское хозяйство. Поэтому прямым участником инновационного процесса развития АПК должно быть государство. Оно решает задачи эффективного функционирования и развития научно-технологического комплекса страны. При этом можно считать, что государство выступает в роли самого инициативного и активного участника инновационного процесса.

Роль государственного регулирования инновационного развития заключается в сохранении накопленного научно-технического потенциала, формировании необходимой инфраструктуры и разработке механизмов, способствующих стимулированию как развития инновационных процессов и еще большую возможность активизации освоения их результатов. Если не развивать новые технологии, то страна в будущем рискует потерять весь этот потенциал и может стать зависимой от зарубежных технологий.

На современном этапе развития агропромышленный комплекс требует существенных усилий в регулировании со стороны государства. Укажем на ряд причин необходимости государственной поддержки сельского хозяйства. Во-первых, это специфические особенности, отличающие его от других отраслей народного хозяйства: рисковый характер сельскохозяйственного производства, который подвержен множеству климатических факторов (наводнения, засухи и т.п.); неэластичность спроса на продукцию сельского хозяйства; быстрый технический прогресс и сложность приспособления к нему в данном секторе экономики. Во-вторых, это несовершенство рыночных механизмов в регулировании некоторых видов деятельности аграрного рынка: неумение рынка предупредить нежелательные результаты для сельскохозяйственного производства (загрязнение окружающей среды, деградация природных ресурсов и т.п.); тенденция к установлению монопольного контроля над рынком [6, с.98].

Экономика Республики Мордовия традиционно имеет аграрную направленность. По отчетным данным за 2012 г. агропромышленный комплекс Мордовии произвел 20,2 % валового регионального продукта и обеспечил занятость 19,8 % населения [4]. Он

представлен предприятиями, которые признаны лидерами не только в Приволжском федеральном округе и России, но и успешно конкурирующими на мировом рынке.

В настоящее время инновационное развитие сельского хозяйства Республики Мордовия регулируется различными федеральными и республиканскими нормативно-правовыми актами, программами. В регионе действует «Государственная программа Республики Мордовия развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы». В рамках данной Программы реализуется несколько подпрограмм, одна из которых «Техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие». Главными целями подпрограммы «Техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие» являются: повышение эффективности и конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции за счет технической и технологической модернизации производства; создание благоприятной экономической среды, способствующей инновационному развитию и привлечению инвестиций в отрасль; создание в агропромышленном комплексе сельскохозяйственной биотехнологии; создание эффективной системы консультирования сельхозтоваропроизводителей [2].

В рамках данной подпрограммы выделены следующие задачи для инновационного развития региона:

- стимулирование приобретения сельскохозяйственными товаропроизводителями высокотехнологичных машин и оборудования;
- повышение инновационной активности сельскохозяйственных товаропроизводителей и расширение масштабов развития сельского хозяйства на инновационной основе;
- создание и развитие институциональной среды, необходимой для разработки и широкомасштабного использования инноваций;
- создание инфраструктуры развития биотехнологии в сельском хозяйстве;
- стимулирование сельхозтоваропроизводителей для обеспечения доступа к консультационным услугам;
- поддержка общественных организаций, оказывающих социально значимые услуги в сфере сельского хозяйства [2].

Для развития инновационного аграрного сектора в рамках программы выделяется 241745,8 тыс. рублей, в том числе за счет средств республиканского бюджета Республики Мордовия в 2013-2020 гг. 184208,8 тыс. рублей, внебюджетных источников – 57537,2 тыс. рублей.

Ожидаемые результаты для АПК региона предполагают:

– приобретение сельскохозяйственными товаропроизводителями 1280 тракторов и 536 комбайнов, в том числе (с оказанием мер государственной поддержки) новых моделей тракторов – 614 штук, зерноуборочных комбайнов – 159 штук, кормоуборочных комбайнов – 46 штук;

– реализацию трех инновационных проектов;

– рост применения биологических средств защиты растений и микробиологических удобрений в растениеводстве (в % к уровню 2010 г.) до 32,2 %;

– увеличение удельного веса отходов сельскохозяйственного производства, переработанных методами биотехнологии, 11,5 %.

Среднегодовой темп роста продукции сельского хозяйства в период до 2020 г. должен составить не менее 2,8–3%. Одновременно возрастут ресурсы сельскохозяйственной продукции и продовольствия для реализации на внешнем рынке. Кроме зерна и продуктов его переработки на внешний рынок республика сможет поставлять такие продукты, как сахар, сыр и сырную продукцию, мясо и мясопродукты, молоко и молокопродукты [2].

Вступление России в ВТО послужило огромным толчком для развития новых технологий. По прогнозам экспертов, в краткосрочной перспективе отечественный АПК если и пострадает, то из-за недостатка финансов и неэффективности производства и управления. Однако власти стремятся направить все усилия на устойчивое развитие агропромышленного комплекса. Без нововведений себестоимость выпускаемой сельскохозяйственной продукции не сможет быть конкурентоспособной по сравнению с импортными продуктами.

Разработка стратегических направлений инвестиционной деятельности базируется на системе целей этой деятельности. В процессе разработки последовательно должны решаться следующие задачи.

1. Определение соотношения различных форм инвестирования на отдельных этапах перспективного периода.

2. Определение отраслевой направленности инвестиционной деятельности.

3. Определение региональной направленности инвестиционной деятельности.

В животноводстве пример инноваций – роботизированные фермы. Они работают на базе крестьянско-фермерского хозяйства в Ичалковском и Темниковском районе. Использование роботов в доении коров позволяет минимизировать человеческий фактор в производстве молока, что не только решает кадровую проблему на селе, но и способствует повышению качества производимой продукции.

Так, в Ромодановском районе осенью 2012 г. началось строительство крупнейшей в России биогазовой электростанции. Она станет работать на свекольном жоме и отходах жизнедеятельности крупного рогатого скота. Мощность станции составит почти 4,5

мегаватта, что сопоставимо с небольшой ГЭС.

На основании методов биотехнологий изучаются геномы сельскохозяйственного скота, с тем чтобы, воздействуя определенным образом на гены, получать животных с определенным набором признаков. Проект осуществляется совместно с холдингом «Мордовский бекон».

В Республике Мордовия на пути инновационного развития находится производство сыров с применением биотехнологий. ООО «Сармич» в холдинге с ОАО «Сыродельный комбинат «Ичалковский» сможет перерабатывать до 800 т молока в сутки, что позволит холдингу войти в тройку самых крупных производителей сыра в России. С выходом завода «Сармич» на полную мощность производство твердых сыров в Мордовии увеличится вдвое и составит более 20 тыс. т в год [4].

Развитие инновационной деятельности в агропромышленном комплексе требует единой системы распространения инновационных знаний и консультирования сельскохозяйственных товаропроизводителей и сельского населения. Это позволит создать условия для повышения эффективности и конкурентоспособности сельскохозяйственного производства, а также роста уровня качества жизни и занятости сельского населения за счет применения современных достижений науки, техники, технологий, организации и управления сельскохозяйственным производством.

В 2009 г. учрежден Информационно-консультационный центр агропромышленного комплекса Республики Мордовия. Основные направления его деятельности включают:

- обучение специалистов и работников сельхозпредприятий, фермеров и студентов аграрных специальностей;
- оказание консультационных услуг сельхозтоваропроизводителям по вопросам организации и ведения растениеводства, молочного скотоводства и свиноводства.

За последние годы в Республике Мордовия создано 4 районных информационно-консультационных центра в форме муниципальных учреждений при администрациях муниципальных районов (МУ «Ардатовский ИКЦ», МУ «Краснослободский ИКЦ», МУ «Кочкуровский ИКЦ», МУ «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг в Рузаевском муниципальном районе»), оказывающих услуги информационного характера, а также консультации в сфере развития малых форм хозяйствования на селе.

Информационно-консультационные услуги оказывают образовательные, научно-исследовательские учреждения и производственные организации: ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева», ИКО «Консультант-Агро», ИКС «Агро-Консультант», ФГБОУ ДПО «Мордовский институт переподготовки кадров

агробизнеса», ИКЦ ГНУ «Мордовский научно-исследовательский институт сельского хозяйства», ИКС ООО «Ресурс-Консалтинг», ИКС ООО «Управляющая компания «Агросоюз-Центр» [4].

Несмотря на динамичное развитие сельскохозяйственного консультирования существует ряд проблем, требующих решения. Основными причинами, сдерживающими развитие эффективной консультационной поддержки различных категорий сельскохозяйственных товаропроизводителей в современных условиях являются:

- отсутствие единой системы информационно-консультационного обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- относительно узкий спектр информационно-консультационных услуг;
- недостаточный охват потенциальных потребителей данного вида услуг.

Министерство сельского хозяйства РФ активно включилось в процесс модернизации аграрного сектора, используя самые современные, научно обоснованные методики и инновации, которые уже в самой ближайшей перспективе позволят вывести отечественный АПК на принципиально новую функциональную орбиту. В целях реализации инновационного и технологического обновления сельского хозяйства России данный процесс должен носить всеобъемлющий характер и распространяться на все без исключения уровни аграрного сектора.

В настоящее время Министерство сельского хозяйства Российской Федерации реализует различные меры по внедрению инновационных подходов к управлению АПК. Для этого создается Единая система государственного информационного обеспечения, которая гарантирует совокупный обмен данными между федеральными, региональными властями и сельскохозяйственными товаропроизводителями. Это позволит значительно повысить оперативность принимаемых решений на всех уровнях управления.

Материальную основу модернизации обеспечивает инновационное развитие агропродовольственного комплекса. В связи с этим разработка научно обоснованных предложений и практических рекомендаций по инновационному развитию сельского хозяйства на региональном уровне должно стать одним из основных составных разделов стратегии развития аграрного сектора экономики в каждой области, крае, республике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mcx.ru/documents/file_document/show/23220.htm

2. Государственная программа Республики Мордовия по развитию сельского хозяйства и регулированию рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://agro.e-mordovia.ru/gos-programm/upload/gosprog_1320.doc
3. Жмуд А. Д. Эффективность инвестиционной стратегии предприятия // Проблемы формирования и функционирования инновационной системы региона: материалы семинара для молодых ученых, аспирантов и студентов старших курсов. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – С.128–132.
4. Министерство сельского хозяйства Республики Мордовия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agro.e-mordovia.ru>
5. Москалева Е. Г. Анализ эффективности инновационной деятельности хозяйствующих субъектов // Проблемы формирования и функционирования инновационной системы региона: материалы семинара для молодых ученых, аспирантов и студентов старших курсов. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2010. – С.33–38.
6. Санду И. С., Нечаев В. И., Федоренко В. Ф. и др. Формирование инновационной системы АПК: организационно-экономические аспекты. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2013. – 216 с.
7. Френкель А. Наверное, это судьба, или бег по кругу... – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proza.ru/2011/02/15/1845>

ПЕРШИНА Т. Н.
ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ
РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье дается оценка инновационной активности России в сравнении с развитыми странами. Рассматриваются актуальные проблемы повышения инновационной активности российских предприятий, предложены меры, направленные на активизацию инновационной активности современных предприятий.

Ключевые слова: инновации, инновационная активность, инновационное развитие, сопротивление инновациям, модернизация, инновационная экономика.

PERSHINA T. N.
THE PROBLEM OF INCREASE IN INNOVATION ACTIVITY
OF RUSSIAN ENTERPRISES

Abstract. The article presents a comparative analysis of Russian innovative activity and that of the developed countries. The study focuses on the challenges that Russian enterprises meet when dealing with innovation activities. Consequently, the author suggests some measures aimed at increasing innovation activity of contemporary Russian enterprises.

Keywords: innovation, innovation activity, innovation development, resistance to innovation, modernization, innovation economy.

Под инновацией понимается внедренное новшество, востребованное рынком и обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции. На сегодняшний день руководством России в полной мере осознается необходимость перехода нашей страны на инновационный путь развития. Применение инноваций дает организациям возможность улучшать финансовые результаты работы, эффективно конкурировать на рынке, привлекать новых потребителей [1, с.46].

Инновационная активность предприятия определяется как интенсивность деятельности по разработке и внедрению новых или усовершенствованных продуктов (технологий) в хозяйственный оборот.

Оценивая инновационную активность России в сравнении с развитыми странами (см. табл.1), приходится констатировать явное отставание от уровня инновационного развития ведущих мировых держав, что ставит страну в серьезную зависимость от импорта наукоемких товаров и технологий [4, с.271].

Таблица 1.

Сравнение инновационной активности стран по показателям [3, с. 171-174].

Страна	Показатель	
	Доля предприятий, осуществляющих технологические инновации (промышленность и сфера услуг)	Доля инновационного товара на рынке промышленной продукции
Россия	9,7	0,5
Германия	60,9	7,1
Швеция	36,3	18,7
Италия	44,8	27,2

Существуют следующие проблемы, препятствующие активному инновационному развитию предприятий России:

1. Дефицит финансирования инновационной деятельности предприятиями, связанный с:

- долгосрочностью вложений;
- высокой стоимостью внедрения и освоения нововведений;
- отсутствием у предприятий собственных средств на финансирование разработок;
- ограниченной возможностью привлечения финансовых средств из внешних источников

Исходя из данных исследовательского института Battelle Memorial Institute, в 2012 году затраты на НИОКР во всем мире возросли на 3,6 % и составили 1,2 трлн долларов США.

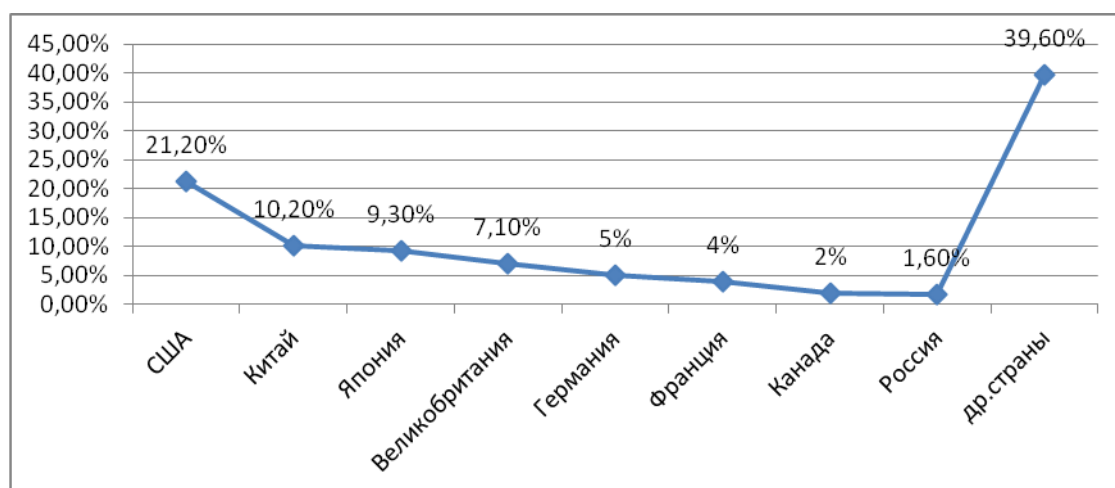


Рис. 1. Финансирование инновационной деятельности [2, с.87-91].

США принадлежит первое место по объему НИОКР – 385,6 млрд и 2,7 % от объема собственного ВВП. Китай с показателем 153,7 млрд и 1,4 % ВВП занимает второе место. Третье место принадлежит Японии (144,1 млрд; 3,3 % ВВП). Наша страна замыкает десятку мировых лидеров с показателем 23,1 млрд. и 1 % ВВП (см. рис. 1). Важное значение имеет тот факт, что в СССР объем внутренних расходов на НИОКР составлял 5 % ВВП [2, с.113].

2. Существование феномена сопротивления инновациям, причинами которого являются:

- страх человека перед нововведением. Все новое воспринимается им как угроза занятому положению;
- старания инвесторов приостановить возникновение новой усовершенствованной технологии с целью окупаемости вложенных ранее средств.

3. Дефицит кадров, способных управлять инновационным процессом. Анализируя среднюю численность работников в подразделениях, выполняющих научные исследования и разработки (см. рис. 2) наблюдается значительное снижение данного показателя.

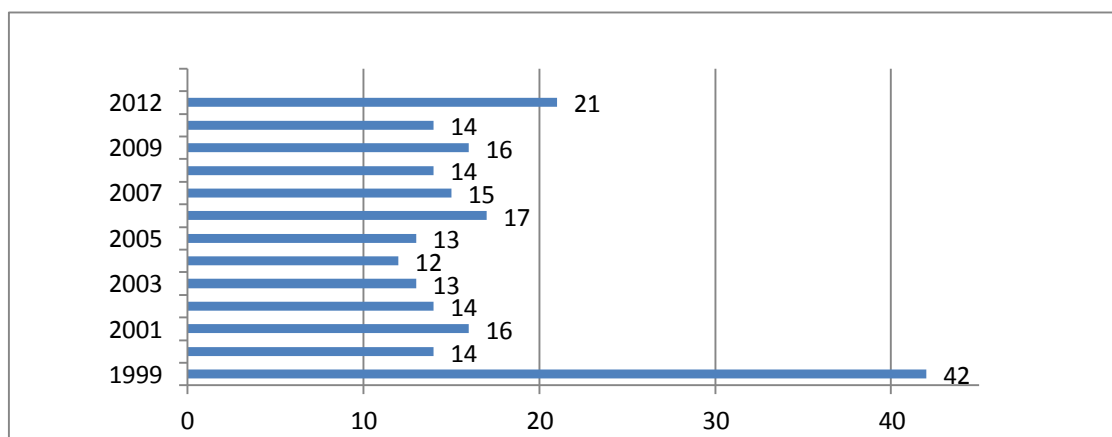


Рис. 2. Средняя численность работников в подразделениях, выполняющих научные исследования и разработки, чел. [3, с.176-177].

Несомненно, что специалисты и сотрудники предприятия – это генераторы идей и предложений. Следовательно, инновационное развитие организации будет в полном объеме зависеть от их мотивации, восприимчивости и подготовленности. Нередко этот потенциал остается преуменьшенным и нереализованным, а в управлении инновационной деятельностью, как и в других сферах бизнеса, наблюдается нехватка квалифицированных сотрудников. Это тот потенциал, который организация могла бы реализовать, но не делает этого по причине погружения в стандартную и низкоэффективную работу [3, с.178].

4. Трудности в проведении маркетинговых исследований инновационной продукции.

Анализ динамики маркетинговых исследований в области инноваций показывает, что за период 1999 – 2012 гг. доля маркетинговых исследований уменьшилась более чем в 2 раза

(см. рис. 3). Снижению способствовала неустойчивая экономическая ситуация в стране, препятствующая получению достоверной оценки спроса на инновационную продукцию даже на краткосрочную перспективу.

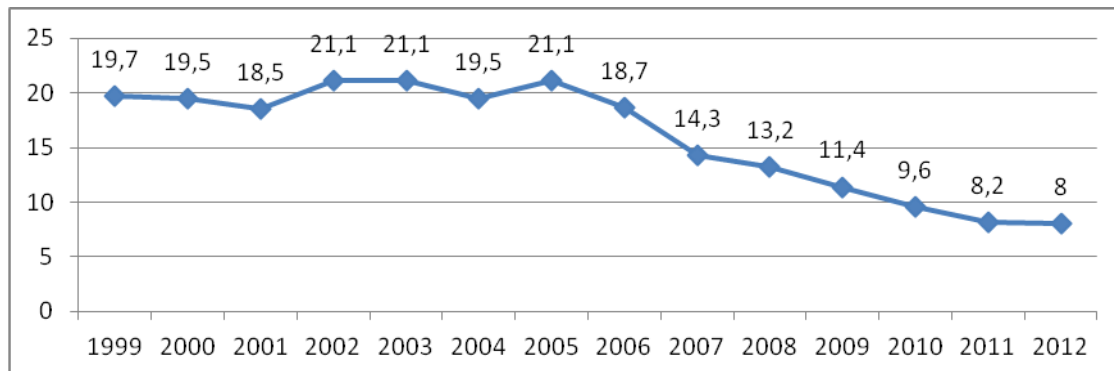


Рис. 3. Результаты маркетинговых исследований инновационных продуктов в динамике, % [3, с.178-179].

Таким образом решить ряд проблем, препятствующих повышению инновационной активности современных предприятий, можно за счет:

1. Создания условий для появления положительной реакции работников на сообщение о реформах и инициативного подключения их к введению инновационного варианта развития компании. Способ затратный по времени и требует полного взаимодоверия сторон.

Для достижения данной цели можно использовать:

- бенчмаркинг (сравнение организации с конкурентами);
- анализ удовлетворенности потребителей;
- подробное изучение показателей, свидетельствующих об ухудшении деятельности организации.
- доведение до работников информации об опасности, угрожающей существованию компании в будущем при отказе от инноваций.

2. Повышения числа внебюджетных и бюджетных фондов, поддерживающих работу наукоемких инновационных предприятий и способствующих передаче на рынок готовой научно-технической продукции.

3. Модернизация системы подготовки и переподготовки инженерно-технических кадров и специалистов в области инновационной деятельности, которая должна быть ориентирована на:

- повышение уровня мотивации работников;
- применение действенных стимулов, ориентирующих на достижение инновационных результатов.

Также можно рекомендовать создание подразделений на предприятиях, отвечающих за инновационное развитие. В таких подразделениях возможно объединение функций по инновационному и стратегическому развитию, непосредственно взаимосвязанных между собой. В структуре некоторых крупных российских компаний (ОАО «Лукойл», ОАО «Газпром» и др.) подобные подразделения уже имеют место. Было бы желательным создание подобных подразделений и на других российских промышленных предприятиях.

Важно, что нашей стране для интеграции в мировой научно-технический процесс переход к инновационной экономике является крайне необходимым. Инновационная экономика – это экономика страны, основанная на знаниях, инновациях, активном понимании новых идей, готовности к их практическому исполнению. Именно инновационная активность должна являться основой экономического роста России и заставлять наше государство конкурировать за счет высоких технологий при переходе к постиндустриальному развитию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамешин А. Е., Воронина Т. П., Молчанова О. П. и др. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под ред. О.П. Молчановой. – М.: Вита-Пресс, 2011. – 272 с.
2. Завлин П. Н., Ипатов А. А., Кулагин А. С. Инновационная деятельность в условиях рынка. – СПб.: Питер, 2012. – 192 с.
3. Сайфуллина С. Ф. Проблемы инновационного развития российских предприятий // Успехи современного естествознания. – 2010. – № 3 – С. 171-179.
4. Яфасов А. Я., Яфасов А. А. Мировая и региональная экономика в контексте глобализации. Сб. статей. – Ч.2. – Калининград, 2012. – 304 с.

ЯМБУШЕВ Д. Ф.

**ЗАРУБЕЖНЫЕ ПРОГРАММЫ И ИНИЦИАТИВЫ В ОБЛАСТИ
ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

Аннотация. В данной статье рассмотрено понятие устойчивого развития, выявлены и обоснованы проблемы образования в интересах устойчивого развития и дана обобщенная характеристика зарубежным программам и инициативам в области образования, нацеленным на этот результат.

Ключевые слова: устойчивое развитие, образование, COPERNICUS-CAMPUS, AASHE, IARU, STARS, SDRN.

YAMBUSHEV D. F.

**INTERNATIONAL PROGRAMMES AND INITIATIVES IN EDUCATION FOR
SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Abstract. The article considers the concept of sustainable development. The author has identified and substantiated the problems of education for sustainable development. The study presents a general description of international programmes and initiatives in the field of education to pursue this goal.

Keywords: sustainable development, education, COPERNICUS-CAMPUS, AASHE, IARU, STARS, SDRN.

Декларация Международной конференции по экологии и развитию, прошедшей в Рио-де-Жанейро в 1992 г., начинается следующими словами: «Люди являются главной заботой устойчивого развития. Они имеют право на здоровую и продуктивную жизнь в гармонии с природой». Декларация, принятая на Всемирном саммите по устойчивому развитию, состоявшемся в Йоханнесбурге в 2002 г., отразила обязательства лидеров мировых держав «создать гуманное, равноправное и внимательное к проблемам человека общество, признающее то, что каждый член этого общества имеет свое человеческое достоинство» [1, с.2].

Термин «устойчивое развитие» получил широкое распространение после того, как в 1987 г. Международная комиссия по окружающей среде и развитию, созданная Генеральной Ассамблеей ООН (Комиссия Г. Х. Брундтланд), в своем докладе «Наше общее будущее» сформулировала следующее определение: Устойчивое развитие – это «развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [4, с.177].

Понятие «устойчивое развитие» в настоящее время употребляется в разных смыслах и применительно к самым различным объектам: природе, человеку, регионам, отраслям экономики и др. В докладе «Наше общее будущее» отмечалось, что стратегия устойчивого развития направлена на достижение гармонии между людьми, обществом и природой.

Особую роль в этом играет сфера образования. Образование является фундаментом устойчивого развития, об этом говорится в главе 36 Программы-21 саммита, прошедшего в Рио-де-Жанейро в 1992 г. Еще раз эта мысль была подтверждена на саммите в Йоханнесбурге. Образование считается инструментом, направленным на решение таких важных вопросов, как развитие сельских регионов, здравоохранение, предотвращение распространения ВИЧ/СПИД, экология, а также более широких вопросов этического и правового характера (например, общечеловеческие ценности и права человека).

Универсальной модели образования для устойчивого развития не существует. Несмотря на согласие стран в отношении общей концепции, подходы к образованию в каждой стране будут различаться в силу местных особенностей и приоритетов. Каждая страна должна определить свои приоритеты и действия, а также цели, акценты и процессы, исходя из экологических, социальных, экономических условий и соответствующих путей решения проблемы. Образование для устойчивого развития в равной степени является критически важным как для развитых, так и для развивающихся стран [1, с.2].

Рассмотрим наиболее авторитетные и интересные программы и инициативы, предпринятые различными национальными и международными организациями в области образования для устойчивого развития.

Еще в 2005 году, признавая глобальное значение образования в интересах устойчивого развития (ОУР), министры охраны окружающей среды и образования государств-членов Европейской экономической комиссии (ЕЭК) Организации Объединенных Наций приняли Стратегию ЕЭК ООН для образования в интересах устойчивого развития. Цель данной стратегии заключается в поощрении государств – членов ЕЭК к развитию и включению ОУР в свои системы образования в рамках соответствующих учебных дисциплин. Общая задача стратегии заключается в предоставлении людям знаний и формировании навыков в области устойчивого развития, которые позволяют им приобретать дополнительную компетентность и уверенность в своих силах и одновременно расширяют их возможности для ведения здорового и продуктивного образа жизни в гармонии с природой и в согласии с социальными ценностями, принципами гендерного равенства и национального и культурного разнообразия.

В интересах содействия решению этой задачи были обозначены следующие шесть целей:

1. Обеспечение политической, нормативно-правовой и организационной базы для устойчивого развития.

2. Содействие устойчивому развитию с помощью формального, неформального и информального обучения (Формальное образование – это образование, направленное на получение или изменение образовательного уровня и квалификации в учебных заведениях с получением соответствующих документов об образовании. Неформальное образование – это получение знаний, умений и навыков, не регламентированное местом, сроком или формой обучения. Информальное образование – индивидуальная познавательная деятельность, сопровождающая повседневную жизнь и не обязательно носящая целенаправленный характер, реализующееся за счет собственной активности индивидов через чтение, общение, посещение учреждений культуры, путешествия, средства массовой информации и т.д.).

3. Достижение в сфере образования уровня компетентности, необходимого для участия в программах устойчивого развития.

4. Обеспечение доступности соответствующих учебных средств и учебно-методических материалов по вопросам устойчивого развития.

5. Содействие научным исследованиям в области устойчивого развития и ОУР.

6. Укрепление сотрудничества в области ОУР на всех уровнях в пределах региона ЕЭК.

Кроме того, правительства стран-членов ЕЭК разработали программу развития ОУР, состоящую из трех последовательных этапов: этап I (2005-2007): анализ проводимых национальных мероприятий, осуществление первоначальных мер и определение приоритетов дальнейшей деятельности; этап II (2007-2010): начало процесса включения дисциплин, посвященных устойчивому развитию, в учебные программы и планы, обзор прогресса, достигнутого в осуществлении национальных стратегий и, в случае необходимости, пересмотр этих стратегий; этап III (2010- 2015): обеспечение значительного прогресса в развитии ОУР. Еще по завершении этапа I министры охраны окружающей среды и образования стран – членов ЕЭК подчеркнули необходимость формирования более комплексного концептуального представления ОУР, чтобы перейти от узкого экологического образования к более всеобъемлющему образованию для устойчивого развития, в рамках которого одинаковое внимание уделяется таким аспектам, как окружающая среда, экология, социально-экономическое развитие, этические и культурные вопросы. Анализ документов, предоставленных странами участниками стратегии по окончании II этапа, однако, показал, что в ОУР по-прежнему превалирует экологический компонент. Как и на этапе I, наименьшее внимание уделялось экономической концептуализации процесса устойчивого развития: практически никогда темы

"корпоративной социальной ответственности" и "развития сельских/городских районов" не включались в учебные планы и образовательные программы.

На конференции в Бергене в мае 2005 г. министры, ответственные за вопросы образования в странах ЕС, приняли так называемое Бергенское коммюнике, которое впервые с начала Болонского процесса указало на необходимость строить систему образования в Европе на принципах устойчивого развития. С этой целью была создана общеевропейская университетская сеть, названная COPERNICUS-CAMPUS, для мобилизации усилий различных университетов и исследовательских организаций и помощи в реализации задач ОУР. Сеть COPERNICUS-CAMPUS разработала и опубликовала в 2007 г. стратегические рекомендации по реализации принципов устойчивого развития в европейских вузах. На сегодняшний день более 320 университетов из 38 стран подписали хартию COPERNICUS, тем самым провозгласив свою приверженность целям ОУР.

Издательская группа Emerald с 2000 г. издает научный журнал «International Journal of Sustainability in Higher Education», который был первым научным изданием, рассматривавшим и распространявшим информацию по вопросам устойчивого развития в сфере высшего образования. Журнал публикует результаты исследовательских проектов, научных экспериментов, связанных с внедрением вопросов устойчивого развития в программы вузов и колледжей, примеры и кейсы успешного использования принципов устойчивого развития в стратегиях образовательных организаций.

Помимо перечисленных выше международных проектов в области ОУР во многих ведущих мировых высших учебных заведениях внедряются элементы устойчивого развития. Разнообразные программы существуют в США, Великобритании, Канаде, Германии, Франции, Ирландии и других странах. Также есть международные организации, которые объединяют ведущие вузы в целях устойчивого развития. Примером могут служить: Ассоциация по продвижению идей устойчивого развития в системе высшего образования (AASHE) или Международный союз исследовательских университетов (The International Alliance of Research Universities – IARU).

В США учреждена и успешно действует Ассоциация продвижения идей устойчивого развития в высшем образовании, разработавшая программу STARS (The Sustainability Tracking, Assessment & Rating System™) для вузов США, Канады, а теперь доступную и для вузов других стран. Эта программа позволяет комплексно взглянуть на вопросы устойчивого развития университета, сравнить результаты разных университетов, мотивировать вузы на повышение качества своей работы, осуществлять обмен информацией и опытом [2].

В Великобритании существует сеть 18 университетов и колледжей «Партнерство высшего образования для устойчивого развития» (Higher Education Partnership for

Sustainability – HEPS), сотрудничающих в анализе возможностей устойчивого развития в высшем образовании. Инициативы партнерства включают научные исследования, разработку новых учебных программ и специальные экологические проекты, и мероприятия. Также организованная вузами Великобритании «Исследовательская сеть устойчивого развития» (Sustainable Development Research Network – SDRN) стимулирует внедрение результатов научных исследований в области устойчивого развития в политику и стратегию вузов. Информационная рассылка этой организации – ценный информационный ресурс по вопросам устойчивого развития и ОУР.

IARU – это сотрудничество между десятью ведущими исследовательскими университетами с целью образования будущих лидеров. IARU включает:

- 1) Австралийский Национальный университет (Australian National University),
- 2) Технический институт Цюриха (Eidgenössische Technische Hochschule Zürich),
- 3) Национальный университет Сингапура (National University of Singapore),
- 4) Пекинский университет (Peking University),
- 5) Калифорнийский университет (University of California, Berkeley),
- 6) Кембриджский университет (University of Cambridge),
- 7) Университет Копенгагена (University of Copenhagen),
- 8) Оксфордский университет (University of Oxford),
- 9) Университет Токио (University of Tokyo),
- 10) Йельский университет (Yale University).

Участники IARU совместно обращаются к глобальным проблемам человечества. Основной инициативой IARU являются решения, направленные на глобальные изменения климата. Для решения этой проблемы участники IARU разрабатывают программы устойчивого развития университетских городков (Campus Sustainability Programs), нацеленные на сокращение воздействий на окружающую среду всего университетского городка или кампуса. IARU являлся одним из организаторов Международного Научного Конгресса по глобальному потеплению в 2009 г. [3].

Среди наиболее интересных публикаций по теме ОУР можно отметить отчет «Greenerby Degrees: Exploring Sustainability through Higher Education Curricula», подготовленный К. Робертс и Дж. Робертс (Carolyn Roberts, Jane Roberts) и опубликованный Центром активного обучения университета Глостершира (Centre for Active Learning at the University of Gloucestershire). В отчете анализируются различные аспекты устойчивого развития в бакалаврских и магистерских программах. Еще один отчет «Sustainable Development in Higher Education: Current Practice and Future Developments» подготовлен Дж. До, Р. Джанкероми, С. Мартином (G. Dawe, R. Jucker, S. Martin) для Академии высшего

образования (Higher Education Academy). Отчет анализирует возможные разделы учебных программ, в которых следует рассматривать вопросы устойчивого развития, и методы обучения этим аспектам. Академия высшего образования также инициировала проект Education for Sustainable Development project, в рамках которого публикуется ежеквартальный информационный бюллетень, посвященный вопросам преподавания дисциплин по вопросам устойчивого развития. Журнал «Planet» одного из отделений Академии высшего образования – GEES (Geography, Earth and Environmental Sciences) регулярно публикует материалы, посвященные ОУР.

Таким образом, устойчивое развитие общества как стратегия улучшения качества жизни, сбалансированное выполнение социально-экономических задач, решение проблем сохранения окружающей среды и природно-ресурсного потенциала в целях удовлетворения жизненных потребностей нынешних и будущих поколений требует кардинального изменения мировоззрения, приоритетов, ценностей, этических норм жизнедеятельности. В связи с этим возрастают требования к университетскому образованию в области подготовки выпускников способных глобально мыслить и продуктивно действовать, активно участвовать в решении и предупреждении социальных, экономических и экологических проблем, культивировать ценность интеграции людей, человека и природы, жить в ладу и сотрудничать с другими людьми.

Следует признать, что универсальной модели образования для устойчивого развития пока не существует. Во многих ведущих мировых высших учебных заведениях внедряются различные элементы устойчивого развития. Разнообразные программы существуют в США, Великобритании, Канаде, Германии, Франции, Ирландии и других странах. Таким образом, можно констатировать, что в учебных заведениях многих стран мира интерес к проблеме образования для устойчивого развития с каждым днем растет, их успешно поддерживают международные организации, объединяющие ведущие вузы в целях устойчивого развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Доклад «Образование для устойчивого развития. Декада ООН по образованию для устойчивого развития (2005–2014)». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.unesco.kz/education/2004/esd_brochure.pdf
2. Официальный сайт Ассоциации по продвижению идей устойчивого развития в системе высшего образования. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aashe.org>
3. Официальный сайт Международного союза исследовательских университетов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iaruni.org>

4. Худин А. Н. Университетское образование для устойчивого развития // Европа и современная Россия. Интегративная функция педагогической науки в едином образовательном пространстве: Материалы IV Международной научной конференции. – М. – Эрланген: МАНПО, 2009. – С. 177 –181.

СТРОИТЕЛЕВА О. С., ЛАШИНА М. В.

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ООО «МЕЧТА» НА РЫНКЕ
МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ**

Аннотация. В статье рассматривается состояние рынка молочной продукции в Республике Мордовия. В частности, проведена оценка конкурентных позиций ООО «Мечта» и выявлены пути их укрепления.

Ключевые слова: молочная отрасль, конкурентоспособность предприятия, производственные мощности, сырье.

STROITELEVA O. S., LASHINA M. V.

**COMPETITIVENESS EVALUATION OF “MECHTA” LTD
AT THE DAIRY MARKET OF MORDOVIA REPUBLIC**

Abstract. The article considers the dairy market behaviour in Mordovia Republic. Particularly, the authors analyze the dairy plant “Mechta” Ltd competitive positions and suggest the ways of the plant competitiveness growth.

Keywords: dairy industry, competitiveness, production capacity, raw material.

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность предприятия является одним из важнейших факторов, стимулирующих повышение эффективности не только самого региона, но и целой экономики страны.

Конкурентоспособность предприятия представляет собой возможность или способность данного предприятия использовать свои сравнительные преимущества в производстве и реализации товаров и услуг по отношению к производителям и поставщикам аналогичных товаров и услуг [2, с. 38].

Оценка конкурентных позиций хозяйствующего субъекта проводится для того, чтобы:

- разработать определенные мероприятия по повышению конкурентоспособности;
- произвести выбор контрагентов для осуществления совместной деятельности;
- составить программу выхода предприятия на новые рынки сбыта;
- осуществить инвестиционную деятельность;
- осуществить государственное регулирование экономики [3, с. 65].

Для рынка молочной продукции характерна достаточно высокая степень конкуренции. Однако существуют несколько объективных причин, в силу которых конкуренция на региональных и локальных рынках не такая высокая. Главной причиной выступает небольшой срок и особые условия хранения и реализации большинства видов молочной продукции. Следовательно, доля лидеров отрасли или местных комбинатов-

лидеров составляет от 30 до 70 %. Оставшуюся долю рынка делят между собой не столь крупные местные предприятия [4].

По оценкам экспертов, последние пять лет объем потребления молока в Российской Федерации увеличивается в среднем на 9% в год. Несмотря на то, что российскому рынку молочной продукции присуща незначительная консолидация, он строго сегментирован. Количество игроков на этом рынке приближается к полутора тысячам, включая крупные, средние и мелкие компании, из-за чего молочный рынок является достаточно высоко конкурентным в плане установления цен на молочную продукцию и молоко.

Для российского рынка молочной продукции характерны:

- дефицит сырья;
- сезонность производства молока;
- мелкотоварное производство;
- недостаток высококачественного молока;
- отсутствие эффективных связей между производителями сырья и его переработчиками [1, с. 17].

Республика Мордовия в настоящее время находится в лидерах по производству молока и молочной продукции среди регионов Приволжского федерального округа. В таблице 1 приведен анализ состояния молочного скотоводства в РМ за 2009-2013 годы [5].

Таблица 1.

Анализ состояния молочного скотоводства в Республике Мордовия за 2009-2013 гг.

Показатели	Ед. изм.	2009	2010	2011	2012	2013	2013 / 2012, %
Валовое производство молочной продукции	тыс. тонн	440,4	458,0	476	467,5	458,5	98,1

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что с 2012 года наблюдается небольшой спад производства молочной продукции. По данным регионального Минсельхоза, данная ситуация вызвана нарушением технологической дисциплины и сокращением поголовья молочных коров. Основная причина низкой продуктивности – нарушение технологии кормления и поения животных [6].

На территории Республики Мордовия на данный период времени работают 13 предприятий молочной отрасли. Одним из предприятий, действующих на рынке Республики Мордовия, является молочный завод ООО «Мечта» в поселке Чамзинка. Продукция

выпускается под собственной торговой маркой «Ясный луг». Ассортимент продукции ООО «Мечта» насчитывает более 20 наименований цельномолочной продукции, более 38 наименований сырных изделий и около 15 видов масла.

В настоящее время свою продукцию (молочную и сыромаслодельную) ООО «Мечта» реализует не только на рынке Мордовии, но и в шестидесяти субъектах Российской Федерации.

На рисунке 1 представлена модель пяти сил конкуренции М. Портера для ООО «Мечта». Конкуренты, представленные в модели М. Портера, отбирались по таким критериям, как сходный дизайн упаковки продукта, схожий ценовой диапазон и качество продукта. Как видно из рисунка, прямыми конкурентами предприятия ООО «Мечта» являются молочные заводы Мордовии, а также производители молочных, сырных изделий регионов, поставляющие свою продукцию на рынок Республики.

Поставщики сырья в молочной отрасли имеют наибольшее влияние на состояние конкурентной среды. Это объясняется тем, что практически невозможно заменить качественного поставщика, т.к. сырое молоко не имеет заменителей, а поставщики далеко не всегда зависят от переработчика, т.к. у них всегда есть несколько вариантов сбыта своей продукции. Другие поставщики, которые производят упаковочные материалы, компоненты являются более однородными и решать проблемы бесперебойных поставок упаковочных материалов намного проще, нежели проблемы с поставками сырья.

Воздействие потребителей на конкурентную среду в отрасли в целом снижается, поскольку происходит улучшение работы производителей в сфере распределения продукции, также наблюдается существенное увеличение ассортиментного ряда молочной продукции.

Достаточно быстрыми темпами в молочной промышленности появляются новые конкуренты. Основную угрозу составляют конкуренты, которые запустили свое производство в 2010-2012 гг., поскольку они обладают и высокими производительными мощностями, и новыми технологиями.

Кроме того, на этом рынке существует угроза появления товаров-заменителей, так как рынок молочной продукции достаточно обширен и объемен. Наиболее сильное воздействие заменителей – на рынке сливочного масла (со стороны различных марок маргарина и жиров растительного происхождения).

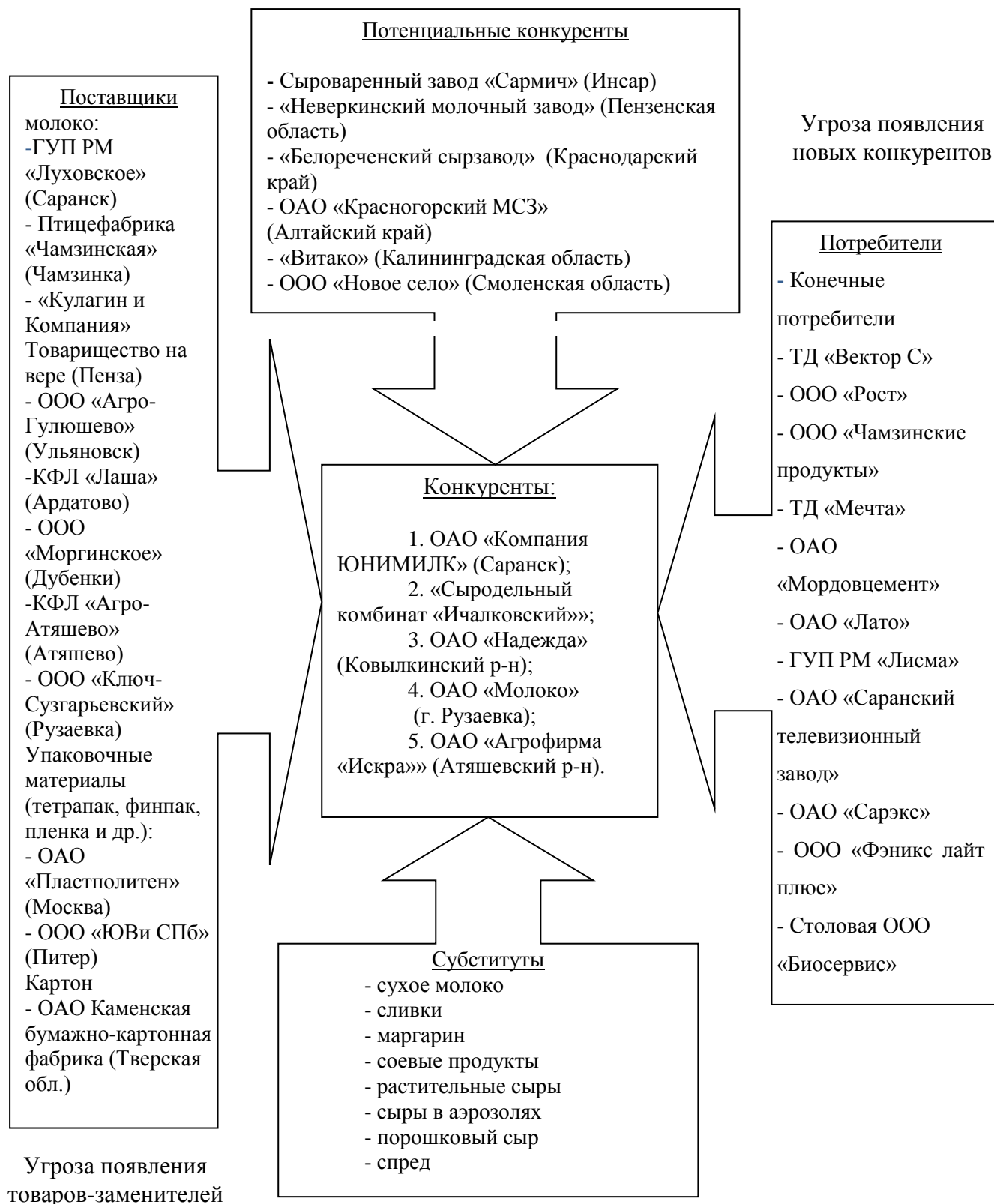


Рис. 1. Модель М. Портера

Для анализа факторов повышения конкурентоспособности и оценки конкурентных позиций ООО «Мечта», был проведен сравнительный анализ факторов конкурентоспособности (см. табл. 2) и построен многоугольник конкурентоспособности (см. рис. 2). Балльная оценка по каждому показателю определена в сравнении с предприятием, имеющим наилучшую позицию по данному критерию. Использована 5-ти балльная шкала, в которой 5 баллов означает «отлично», а 1 балл – «неудовлетворительно». Основными конкурирующими заводами являются: ОАО «Сыродельный комбинат «Ичалковский»; ОАО «Молоко» (Рузаевский район); ОАО «Юнимилк» (г. Саранск).

Таблица 2.

Оценка критериев конкурентоспособности предприятий

	Уверенность в финансовом положении предприятия	Применение новых технологий на производстве	Экономическая доступность продукции для потребителя	Широта ассортимента продукции	Загрузка мощностей	Система дистрибуции и дилеров	Востребованность продукции на рынке.	Итого	Место
ОАО «Сыродельный комбинат «Ичалковский»	4	3	4	4	4	4	4	27	2
ОАО «Молоко» (Рузаевский район)	2	3	3	2	3	3	3	19	4
ООО «Мечта»	3	3	4	3	2	3	3	21	3
ОАО «Юнимилк» (г. Саранск)	5	4	3	5	5	4	5	31	1

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, наиболее выгодные позиции на рынке молочной продукции занимает ОАО «Юнимилк» (ТМ ТМ «Летний день», ТМ «Село Луговое», ТМ «Простоквашино», ТМ «Для всей семьи»). Данный молочный завод занимает первое место в Республике Мордовия по производству молочной продукции, большая доля рынка (30%) заводом сохраняется в значительной мере за счет внедрения на предприятии системы менеджмента качества, разработанной стратегии развития и построения производства на основе принципов маркетинга. ОАО «Юнимилк» находится в Реестре хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара более 35%, по

товарной группе «цельномолочная продукция» с долей на рынке Республики Мордовия – более 40%.

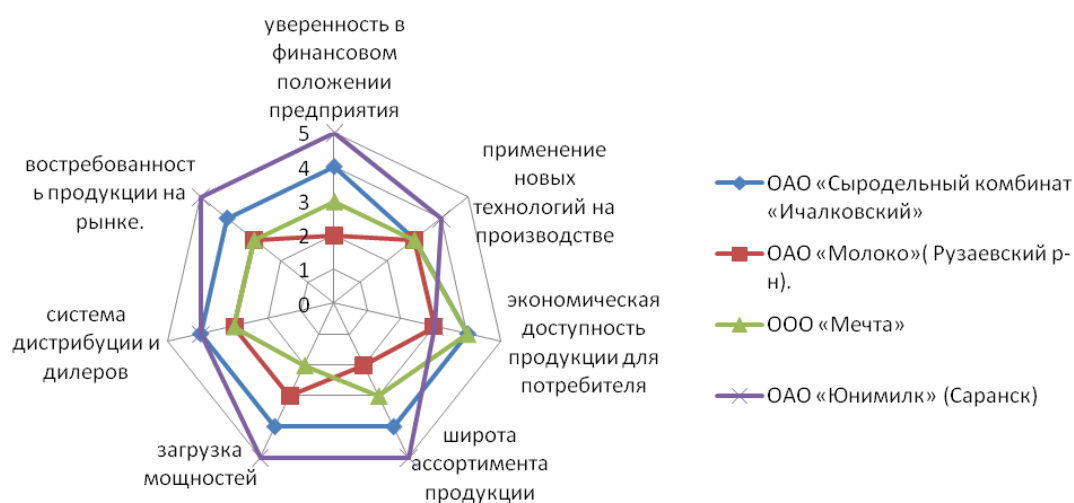


Рис. 2. Многоугольник конкурентоспособности предприятий молочной отрасли Республики Мордовия

ООО «Мечта» уступает своим конкурентам по ряду параметров, а именно: финансовое положение предприятия, загрузка производственных мощностей, востребованность продукции на рынке, а также применение новых технологий. Но, несмотря на высокую насыщенность рынка конкурентами, данное предприятие сохраняет довольно хорошие позиции на рынке и является конкурентоспособным.

Итак, проанализировав конкурентоспособность ООО «Мечта» можно утверждать, что конкурентными преимуществами предприятия являются высокий уровень качества продукции, который достигается с помощью применения качественного сырья, широкий ассортимент, а также сформировавшаяся за счет партнеров и раннего начала работы дилерская сеть. ООО «Мечта» имеет возможности для улучшения своих конкурентных позиций за счет:

- непрерывного совершенствования процессов организации производства;
- наращивания производственных мощностей при помощи обновления производственного оборудования;
- рационального использования производственных ресурсов;
- повышения производительности труда с целью снижения производственных издержек и себестоимости продукции;
- усиления инновационной деятельности и реализации имеющихся инновационных возможностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Открытое письмо Правительству Российской Федерации Делегатов 3 Съезда Национального союза производителей молока («Союзмолоко») // Экономика сельского хозяйства России: научно-производственный ежемесячный журн. – 2012. – № 5. – С. 17.
2. Нуралиев С. У., Нуралиева Д. С. Маркетинг: Учебник для бакалавров. – М.: Дашков и К, 2013. – 362 с.
3. Метелев И. С. Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: системные основы и региональная практика: Монография. – М., 2012. – 230 с.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nkoarmp.org>
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mrd.gks.ru>
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kazakhzerno.kz>

ДЁРОВА М. Н.

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ШОКОЛАДА РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Аннотация. В статье рассмотрено современное состояние отечественного рынка производства шоколада и шоколадных изделий, в том числе были учтены результаты интернет-опроса. Выявлены проблемы качества и конкурентоспособности шоколада российских производителей. На основе проведенного исследования автор выдвигает ряд рекомендаций по повышению качества и конкурентоспособности шоколадной продукции отечественных производителей.

Ключевые слова: проблемы качества продукции, конкурентоспособность продукции, анализ отрасли, российское производство шоколада, опрос.

DYOROVA M. N.

RUSSIAN CHOCOLATE MANUFACTURERS: A QUALITY AND COMPETITIVENESS ANALYSIS

Abstract. The article analyzes the current state of the domestic market of Russian chocolate industry and chocolate products. The results of an online survey were also taken into consideration. The analysis showed the problem of quality and competitiveness among Russian chocolate manufacturers. Considering the study results, the author suggests a number of recommendations for improving the quality and competitiveness of Russian chocolate products.

Keywords: product quality problems, product competitiveness, industry analysis, Russian chocolate manufacturers, survey.

Современные рыночные условия диктуют новые требования к продукции и ее производителям. Существующие тенденции развития экономики указывают на приоритет качества в этом вопросе. Качество является той характеристикой товара, которая отвечает за надежность продукта и его эксплуатационных свойств, за полное удовлетворение потребности покупателя, а также порождает его высокую конкурентоспособность.

Российский рынок кондитерских изделий является перспективной отраслью, так как демонстрирует устойчивый ежегодный рост. Данный рынок включает следующие категории изделий: конфеты, глазированные шоколадом; печенье; торты и пирожные; шоколад и шоколадные изделия [2].

На 2012 год ситуация на отечественном рынке кондитерских изделий обусловлена высокой конкуренцией российских и зарубежных производителей (ввоз продукции – 12%). В основном иностранные кондитерские изделия представлены шоколадом и шоколадными

изделиями, по остальным видам продукции конкуренция обострена между отечественными производителями. [2]

В ходе исследования был проведен интернет-опрос «Любите ли Вы шоколад?», отражающий потребительские предпочтения при выборе данного продукта. В опросе приняли участие 77 человек в возрасте 15-30 лет, из них 27 человек (35 %) – мужчины, 50 человек (65 %) – женщины.

Ответы на вопрос «Какой шоколад Вы предпочитаете?» представлены на рисунке 1.

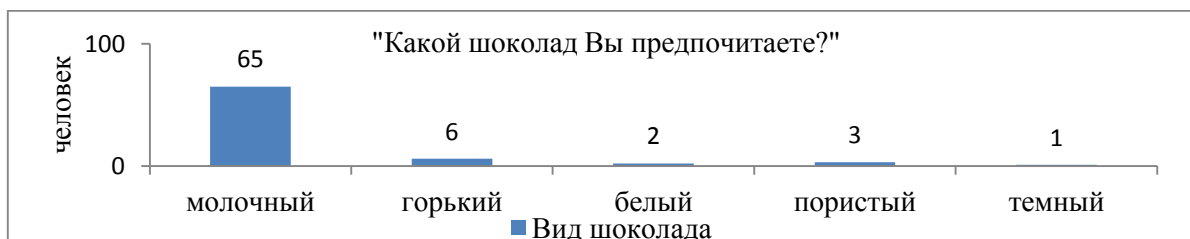


Рис. 1. Ответы респондентов на вопрос «Какой шоколад Вы предпочитаете?», %.

Исходя из данных рисунка 1, можно сделать вывод о том, что наиболее предпочитаемым видом шоколада является молочный. Его выбрали 84 % респондентов, что почти в 6 раз превышает суммарный процент остальных видов.

При ответе на вопрос «Шоколад какой марки является наиболее предпочитаемым?» были отмечены торговые марки «Milka», «Dove», «СладКо», «Nestle», «Nesqwik», «Аленка», «Российский», «Ritter Sport», «Alpen Gold», «Бабаевский», «Коркунов». Некоторые из указанных марок шоколада относятся к одному производителю. Так, «Nestle», «Nesqwik», «Российский» относятся к «Nestle S.A.», «Milka» и «Alpen Gold» – «Kraft Foods», «Бабаевский» (ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский») и «Аленка» (ОАО «Красный Октябрь») – Холдинг «Объединенные кондитеры», «Dove» и «Коркунов» – ООО «Марс» (Mars Inc.), «Ritter Sport» – «Ritter Sport», «СладКо» – ОАО «Кондитерское объединение «СладКо».

Результаты ответов на вопрос «Шоколад какого производителя является наиболее предпочитаемым?» представлены на рисунке 2.

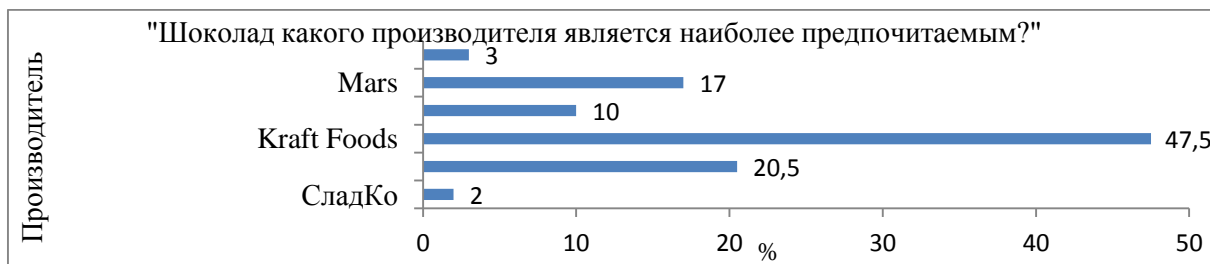


Рис. 2. Ответы респондентов на вопрос «Шоколад какого производителя является наиболее предпочитаемым?», %.

Результаты опроса показали, что наиболее предпочитаемую продукцию имеет американская компания «Kraft Foods» (торговые марки «Alpen Gold» и «Milka») – 47,5 % респондентов предпочитают шоколад именно этой компании. Российские предприятия кондитерской продукции имеют отстающую позицию по сравнению с зарубежными брендами, но спрос на шоколад отечественного производства все же есть.

Также респонденты оценили качество шоколада представленных производителей. Результаты опроса представлены на рисунке 3.

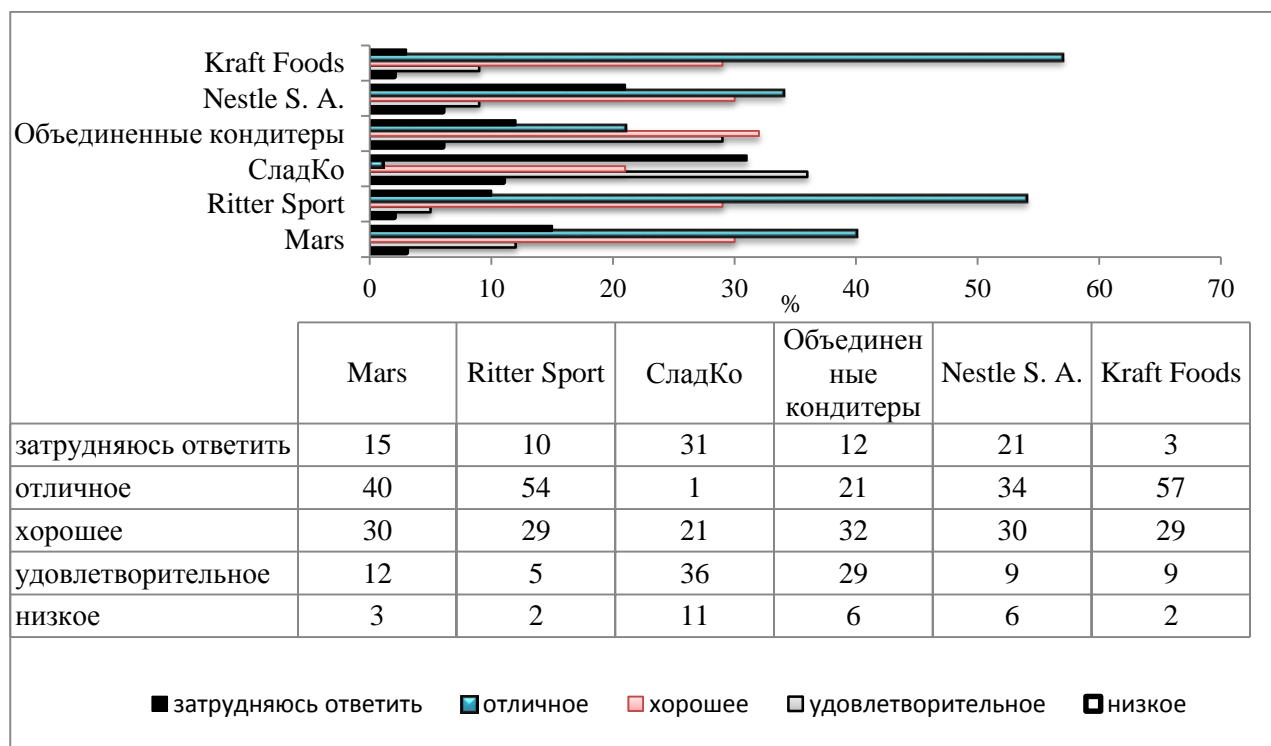


Рис. 3. Оценка качества шоколада различных производителей респондентами опроса «Любите ли Вы шоколад?»

Опрос показал, что лучшим качеством («отлично»), по мнению респондентов, обладает шоколад компании «Kraft Foods» (57 % опрошенных). Далее следуют шоколадные изделия компаний «Ritter Sport» (54%) и «Mars» (40 %). Самое низкое качество имеет шоколад российского производителя «СладКо» (11 %). По мнению опрошенных, средним качеством обладает шоколад холдинга «Объединенные кондитеры»: 32 % – оценка «хорошо», 29 % – «удовлетворительно».

Респондентами были выделены следующие критерии выбора шоколада (см. рис. 4).

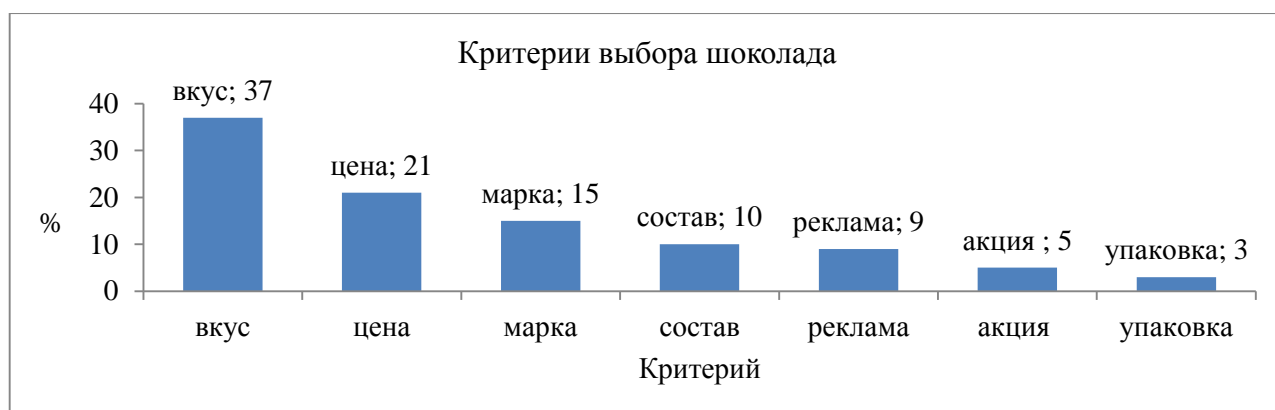


Рис. 4. Критерии выбора шоколада

Наиболее значимым фактором выбора шоколада для потребителя является вкус (37 %). Кроме того, большое значение имеет цена (21 %). По данным исследования наиболее приемлемая цена для шоколада – 30-40 рублей (45 %). Компоненты, содержащие шоколад, интересуют 10 % респондентов, что характеризует низкий уровень требования к качеству со стороны потребителя.

Подводя итог всего опроса, можно сказать, что молочный шоколад является самым популярным видом шоколада; отечественный шоколад пользуется меньшим спросом среди населения и считается менее качественным; основными критериями при выборе шоколада являются вкусовые предпочтения и цена.

Рассматривая подробнее качество российского шоколада, следует обратить внимание на наиболее крупные кондитерские фабрики.

На российском рынке кондитерской продукции успешно развивается Холдинг «Объединенные кондитеры», в состав которого входит 19 кондитерских фабрик, в том числе ОАО «Красный Октябрь», ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский» и ОАО «Рот Фронт».

Рассматривая одно из приоритетных направлений Холдинга – «шоколад», можно проанализировать качество и надежность продукции его ведущих производителей. В таблице 1 отражена характеристика молочного шоколада фабрик ОАО «Красный Октябрь», ОАО «Рот Фронт», ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский», основанная на данных, предоставленных производителями на упаковке шоколадных плиток.

Таблица 1.

Характеристики молочного шоколада

Критерий	ОАО «Красный Октябрь», молочный шоколад «Аленка»	ОАО «Рот Фронт», молочный шоколад «Мечта»	ОАО «Бабаевский», молочный шоколад «Люкс»
Состав (идеальный состав: какао-масло, тертое какао, сахарная пудра, лецитин)	сахар, молоко сухое цельное, какао масло, какао тертое, эмульгатор E322, аромат-р идентичный натурал. "Ваниль", антиокислитель E300	сахар, эквивалент какао-масла, какао-порошок, молоко сухое цельное, мука соевая дезодорир., сухая молочн. сыворотка, эмул-ры: лецитин, E476, аромат-р идент. натурал. "Карамель", антиокис-ль	сахар, какао тёртое, масло какао, эмульгаторы (E322, E476), ароматизатор идентичный натурал. «Ванильно-сливочный»
Вес, г.	100	100	100
Калорийность, ккал.	538	530	544
Пищевая ценность на 100 г.	белки - 8,2 г, жиры - 33,3 г, углеводы - 53,5 г.	белки - 12,1 г, жиры - 33,8 г, углеводы - 46 г.	белки - 5,4 г, жиры - 35,3 г, углеводы - 52,6 г.
Срок годности	12 месяцев	6 месяцев	12 месяцев
Соответствие стандартам качества	ГОСТ Р ИСО 9001-2008; ТУ 9120-013-00340635	ТУ 9129-009-00340664	ТУ 9125-003-00340658-05
Условия хранения (от +12 до +20°C, относительная влажность воздуха – 75 %)	Хранить: при t от +15 до +21°C и относит. влажности не более 75%. Не подвергать воздействию прямого солнечного света.	Хранить при t от +15 до +21°C и относительной влажности воздуха не более 75 %.	Хранить: при t от + 15 до +21 °C и относительной влажности не более 75%. Не подвергать воздействию прямого солнечного света.
Дополнительные сведения	Массовые доли общ. сухого остатка какао не менее 29,8 %, сухого обезжирен. какао не менее 5,7 %, сухого обезжирен. остатка молока не менее 16,3 %, молочн. жира не менее 5,5 %.	Противопоказано при индивидуальной непереносимости белка молока.	—
Средняя цена, руб.	40	35	40

Исходя из данных, приведенных в таблице 1, можно сделать следующие выводы:

- 1) все варианты молочного шоколада не являются полезными для здоровья человека, так как в них присутствуют компоненты, способствующие развитию сахарного диабета;
- 2) в составе пищевых продуктов первым записывает тот компонент, чья доля преобладает в изделии, в данном случае указан сахар, в идеале должно быть какао-масло;
- 3) в составе трех плиток молочного шоколада присутствуют такие пищевые добавки, как эмульгаторы E330, E322, E476, а также антиоксиданты (лецитин) и ароматизаторы;
- 4) у молочного шоколада фабрик «Красный Октябрь» и «Бабаевский» срок годности достигает 12 месяцев в силу наличия в составе продукта лецитина и других эмульгаторов;
- 5) все представленные варианты молочного шоколада соответствуют стандартам;
- 6) условия хранения всего молочного шоколада соответствуют нормам хранения;
- 7) средняя цена представленных плиток молочного шоколада примерно одинакова.

Несоответствия в составе продукции можно выявить почти во всех шоколадных плитках разных производителей. Это может быть вызвано применением заменителей натурального сырья, добавлением эмульгаторов для увеличения сроков хранения.

При производстве и реализации шоколада производитель сталкивается со следующими проблемами, являющимися общими для всей отрасли:

- экономия ресурсов при изготовлении шоколада, что приводит к дисбалансу пропорций ингредиентов в составе кондитерского изделия и снижению его полезности;
- нарушение санитарных норм, снижающее не только качество, но и безопасность продукта питания;
- наличие оборудования, неспособного обеспечить качество продукции;
- несоблюдение условий хранения шоколада, приводящее к снижению срока годности продукта и появлению белого налета на поверхности шоколадной плитки.

Обеспечение отечественного рынка качественной продукцией является стратегической задачей каждого предприятия, поэтому для повышения качества, конкурентоспособности шоколада и сохранения устойчивого положения на рынке кондитерских изделий российским шоколадным фабрикам необходимо:

- провести подробный маркетинговый анализ (выявление требований потребителя путем проведения опроса/анкетирования; использование бенчмаркинга; проведение SWOT-анализа для выявления сильных и слабых сторон предприятия, его возможностях и угрозах);
- пересмотреть технологию производства (использование безопасных ингредиентов при производстве шоколада; установление правильных пропорций ингредиентов);

- совершенствовать средства труда (производство без простоев оборудования; автоматизация производства);
- обеспечить конкурентные цены (снижение себестоимости единицы продукции; установление конкурентной стоимости единицы продукции);
- осуществлять соответствующую маркетинговую и сбытовую политику (установление акцента при продаже на полезность, безопасность и качество продукции).

Повышение качества продуктов пищевой промышленности, в первую очередь, необходимо для обеспечения безопасности здоровья людей, поэтому современное общество требовательно относится к этому параметру продукции.

Для повышения конкурентоспособности отечественным предприятиям необходимо сделать акцент на качестве и безопасности продукции, доступной цене, усилить свою деятельность в области научных разработок с целью поиска новых технологий производства, а также в маркетинге для успешной реализации продукта. Данные усовершенствования помогут сформировать правильное позиционирование продукта и будут способствовать увеличению спроса и лояльности потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергеев И. В. Экономика предприятия: учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 576 с.
2. Официальный сайт аналитической компании «TEBIZ GROUP». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tebiz.ru/pr-mi/pr-marketconfectionery-1.php>

НАЧАРКИНА А. В., КУЗЬМИН В. В.
ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

Аннотация. В статье рассматриваются современные проблемы землепользования в Республике Мордовия. Приводятся инновационные подходы к повышению эффективности использования земельных ресурсов.

Ключевые слова: земельные ресурсы, землеустройство, эффективность, плодородие, инновационный подход.

NACHARKINA A.V., KUZMIN V. V.
LAND RESOURCES MANAGEMENT: SOME INNOVATIVE APPROACHES

Abstract. The article deals with some current issues of land management in the Republic of Mordovia. In this connection, the authors consider some innovative approaches to improve the effectiveness of land resources management.

Keywords: land resources, land management, efficiency, fertility, innovative approach.

Земля в современной экономике играет значительную роль. Особенно важное значение она имеет в тех отраслях, где земельные ресурсы выступают в качестве незаменимого фактора производства. Если роль земли в промышленном производстве не столь значительна, то в сельскохозяйственном производстве она выступает в качестве главного средства производства, без которого невозможен сам производственный процесс. В этой отрасли получение продукции связано с качественным состоянием земли, характером и условиями ее использования. Качественное состояние земли в свою очередь определяется плодородием. Оно является наиболее специфичным свойством, т.к. при правильном использовании земельные ресурсы не изнашиваются, как другие средства производства, а улучшаются, т.е. плодородие повышается. Еще одним важным свойством земли является ее ограниченность. Ни один хозяйствующий субъект не сможет в краткосрочном периоде увеличить имеющиеся земельные ресурсы вследствие их ограниченного предложения. Эти свойства обуславливают необходимость рационального подхода к организации использования земли в хозяйственной деятельности.

Однако, как показывает практика, в области организации и рационального использования земельных ресурсов существует множество проблем, которые имеют место в течение значительного периода времени. Проводимые в последние годы исследования показали, что качественное состояние земель в Мордовии находится на низком уровне. На состояние земель оказывает влияние их эродированность, заболоченность и загрязненность.

Так, площадь Республики Мордовия составляет 2612,8 тыс. га, из которых 65 % – земли сельскохозяйственного назначения. По данным Управления росреестра по РМ на долю эрозионноопасных и подверженных водной и ветровой эрозии почв приходится 1543,6 тыс. га сельхозугодий, из них 307,8 тыс. га. эродированы, 9,7 тыс. га – подвержены водной и ветровой эрозии, а 104,2 тыс. га относят к дефляционным (таблица 1) [4].

Таблица 1.

Площадь эрозионноопасных и подверженной водной и ветровой эрозии сельскохозяйственных угодий Республики Мордовия в 2012 году (тыс. га)

Наименование угодий	Общая площадь	Площадь земель, тыс. га				
		Эрозионноопасные		Подверженные водной и ветровой эрозии	Дефляционные	
		всего	из них эродированных	Всего	Всего	из них дефлированных
Пашня	1015,6	962,4	139,6	5,9	71,9	36,7
Многолетние насаждения	9,2	8,3	0,8	–	–	–
Залежи	53,8	28,7	8,4	–	2,7	1,4
Сенокосы	55,0	8,9	3,2	0,2	2,7	1,1
Пастбища	410,0	286,9	155,8	3,6	26,9	17,5
Итого с/х угодий	1543,6	1295,2	307,8	9,7	104,2	56,7

Еще 141,6 тыс. га относится к переувлажненным, а 14,7 тыс. га – заболоченным землям (см. табл. 2). Значительные площади земель имеют низкое содержание гумуса и минеральных элементов. Наряду с этим происходит загрязнение земель тяжелыми металлами и пестицидами. Из общей площади сельскохозяйственных земель 35,8 тыс. га выпали из оборота.

Такое состояние земельных ресурсов приводит к низкой эффективности их использования и экономическому ущербу. За счет эрозии ежегодно недобирается большое количество продукции растениеводства – от 25 % на слабосмытых до 50–60% на сильносмытых почвах. На эродированных землях урожайность в среднем составляет 7,0 ц/га. Средний ежегодный ущерб от недобора урожая на эродированных землях составляет в натуральном виде 100 тыс. тонн зерна, в стоимостном эквиваленте – 350 млн. руб. [1, с. 11].

Таблица 2.

Площади переувлажненных и заболоченных сельскохозяйственных угодий
в Республике Мордовия в 2012 году (тыс. га)

Наименование угодий	Площадь, тыс. га					
	Переувлажненные			Заболоченные		
	Всего площадь	из них		Всего	из них	
		пойменные	внепойменные		сильно	средне
Пашня	39,9	35,6	4,3	–	–	–
Залежь	0,4	0,1	0,3	–	–	–
Сенокосы	37	36,6	0,4	3,8	0,5	2,8
Пастбища	64,3	59,8	4,5	10,9	1,5	8,1
Итого с/х угодий	141,6	132,1	9,5	14,7	2	10,9

Проблема рациональной организации и использования земельных ресурсов не может остаться без внимания государства. Оно регулирует землепользование посредством законов и нормативных актов в области правового, организационно-экономического контроля, а также мер по сохранению и повышению плодородия земель. Принимаемые меры направлены на вовлечение в оборот неиспользуемых земель, ужесточение контроля за нецелевым использованием земель, реализацию санкций за нарушение земельного законодательства и т.д. Таким образом, полномочия государства лежат, в основном, в области правового регулирования земельных отношений.

Однако для осуществления организации рационального использования земель недостаточно лишь правового регулирования. Также необходим инновационный подход к решению проблем землепользования, который бы способствовал совершенствованию методов его организации. Современные инновационные технологии открывают широкие возможности для улучшения системы использования земельных ресурсов. Применение инновационных технологий в области землепользования делят на два этапа. Сущность первого этапа – сбор информации о земле и ее свойствах (проведение геодезических, кадастровых, почвенных, геоботанических и других полевых исследований) и регистрации собранной информации в ЭВМ путем составления электронных карт землепользования. Этот процесс заключается в заполнении специальных картографических баз данных, разработанных для решения конкретных задач. На этом же этапе проводится первичная обработка информации и ее сохранение. Задача второго этапа – составление схем землеустройства, проектов, направленных на улучшение качества земель и их охрану на инвестиционной основе. Эти работы должны привести к увеличению продуктивности угодий и капитализации сельскохозяйственного производства. Их значение возрастает с увеличением инвестиционного содержания этих работ, причем инвестиции следует понимать

как капитальные вложения в сельское хозяйство с целью получения прибыли и достижения социального эффекта.

При анализе земельных ресурсов целесообразно использовать автоматизированные системы управления географической информацией, которые позволяют анализировать территорию земельного участка, применяя современные инструментальные средства для работы с пространственными данными. Таким средством может стать геоинформационная система. Информационные технологии в геоинформационной системе (ГИС) основаны на работе с пространственными географическими данными, содержащими сведения о пространственном положении, а также набор различных способов их обработки.

В землеустройстве важно характеризовать территорию не только по пространственным показателям, но и насытить эти точки дополнительной информацией, необходимой для принятия решений с целью организации землепользования. В технологии ГИС существует множество инструментов работы с пространственными и атрибутивными данными. Особенностью данной системы является то, что она может характеризовать территорию земельного участка при совместном учете всех факторов. Помимо организации хранения и вывода информации эта система производит ее обработку. С ее помощью и ввода определенных алгоритмов можно проводить анализ территории земельного участка. В результате проведенного анализа создается карта, которая позволяет характеризовать территорию земельного участка по сумме факторов, определяющих интенсивность использования земель, а также дает информацию о правовых, экологических и иные ограничениях. Созданные таким образом электронные карты содержат пространственные данные о земле и ее использовании в сельском хозяйстве. Используя эти данные и применяя специальные электронные программы, могут более обоснованно приниматься решения по организации территории хозяйства.

Применение подобных технологий в совокупности с системным мониторингом качественного состояния земель позволит:

- улучшить введение и освоение севооборотов;
- своевременно осуществлять борьбу с эрозией почв;
- вовремя производить известкование почв, орошение и осушение земель, где превышена кислотность или влажность;
- производить окультуривание основных сенокосов и пастбищ;
- упростить процедуру разработки организационно-экономических мероприятий.

Создание электронных карт невозможно без соответствующей информационной базы. Наличие и достоверность информации являются еще одним условием эффективной организации использования земельных ресурсов. Это обуславливает необходимость

создания информационной базы актуальной на каждый момент решения возникающих задач в области оценки, контроля, регистрации земель, возвращения продуктивности землям сельскохозяйственного назначения, перераспределения их между эффективными товаропроизводителями сельхозпродукции, выявления неиспользуемых земельных долей, неэффективно используемых земель или неиспользуемых и т.д.

Надежная, объективная, точная информация позволяет оперативно представить состояние и распределение земельных ресурсов, выявить негативные процессы, происходящие с ними, своевременно определить и распределить необходимые материальные ресурсы для осуществления и проведения различных мероприятий.

Оперативность получения информации является одним из основных факторов в условиях рыночных отношений, который фактически определяет условия управления конкретным земельным участком или другой территорией. Однако на практике оперативное обновление информации представляется еще весьма затруднительным действием.

Обширные территории, занимаемые сельскохозяйственными угодьями, довольно сложно контролировать из-за недостатка точных карт, неразвитой сети пунктов оперативного мониторинга, наземных станций, в том числе и метеорологических, отсутствие авиационной поддержки ввиду дороговизны ее содержания и т.д. Кроме того, в силу различного рода природных процессов, происходит постоянное изменение границ посевных площадей, характеристик почв и условий вегетации на различных полях и от участка к участку.

Все эти факторы препятствуют получению объективной и оперативной информации, необходимой для констатации текущей ситуации, ее оценки и прогнозирования. Без этого практически невозможны увеличение производства сельскохозяйственной продукции, оптимизация использования земель, прогнозирование урожайности, уменьшение затрат и повышение рентабельности. За рубежом аналогичные проблемы успешно решаются благодаря применению данных аэро- и космической съемки, а также широкому использованию средств спутниковой навигации (GPS) при мониторинге посевов и при сборе урожая, для изучения состояния растительного покрова и прогноза продуктивности выращиваемых культур.

В нашей стране использование данных спутникового зондирования в сельском хозяйстве представляет собой быстро развивающееся и перспективное направление. Материалы космической съемки могут помочь как для решения комплексных задач управления сельскохозяйственными территориями, так и в узкоспециализированных направлениях.

Основными задачами в этой области являются: инвентаризация сельскохозяйственных угодий; контроль состояния посевов; выявление участков эрозии, заболачивания, засоленности и опустынивания; определение состава почв; слежение за качеством и своевременностью проведения различных сельскохозяйственных мероприятий. При систематической повторяемости съемок – наблюдение за динамикой развития сельскохозяйственных культур и прогнозирование урожайности.

Развитие геоинформационных и GPS-технологий во всех сферах деятельности приводит к необходимости быстрого принятия решений в области их применения, законодательного обеспечения, разработки методов и технологий.

Для организации рационального и эффективного землепользования в области сельского хозяйства важным моментом является наличие тематических карт, созданных путем пространственной привязки разнородных семантических данных, получаемых в результате информационного обмена между органами исполнительной власти на федеральном и региональном уровнях, к актуальной геоинформации.

В настоящее время для решения сложных задач территориального планирования уже недостаточно использовать только геопространственную информацию (топографические карты, планы, схемы, тематические карты), необходимо наличие динамических баз данных разнородной информации (геопространственной и семантической). Такое комплексное хранение информации возможно лишь при использовании геоинформационных технологий и информационных систем управления.

Одной из наиболее важных задач, является разработка технологии создания и обновления цифровой картографической основы (ЦКО) в режиме реального времени.

Анализ существующих отечественных разработок в этой области позволяет говорить о том, что для обеспечения органов власти всех уровней и производителей сельскохозяйственной продукции актуальной и достоверной информацией имеется ряд инновационных предложений, которые могут быть успешно использованы уже сегодня. В России имеются значительные фундаментальные и технологические разработки, научно-производственная база и квалифицированные кадры. Управление процессом создания и реализации новшеств, формирование источников его финансирования, поддержание деятельности исследовательских коллективов, позволит реализовать имеющиеся инновационные предложения в эффективную технологическую цепочку в соответствующей области деятельности.

Например, предложение по созданию геопорталов позволит решить следующие вопросы:

– совместимость с используемыми в муниципальных образованиях ГИС-систем; поэтапное наращивание покрытия актуальной информацией территории муниципального образования с постепенной детализацией и обновлением;

– независимость от математической основы картографического материала;

– общедоступность и решение вопросов режимных ограничений;

– решить проблему информационных ресурсов для населения и органов власти всех уровней; эффективно использовать ГИС-, WEB-, LBS- технологии [3].

Проблемами, затрудняющими использование инновационных технологий в области получения пространственных данных, являются, прежде всего:

– несовершенство законодательства в области геодезии и картографии, лицензирования видов деятельности, авторского права, информационных технологий от современных требований, предъявляемых органами государственной власти, органами местного самоуправления, физическими и юридическими лицами к содержанию, качеству и уровню доступности пространственных данных;

– наличие большого числа ограничений на распространение пространственных данных; потеря актуальности материалов и данных государственного картографо-геодезического фонда Российской Федерации.

Таким образом, для построения корректной инфраструктуры пространственных данных необходимо:

– создание центров-администраторов пространственных данных в субъектах РФ и муниципальных образованиях;

– интеграция пространственных данных, создаваемых различными организациями для одной и той же территории;

– взаимодействие администраторов пространственных данных с владельцами информационных ресурсов правоустанавливающих систем;

– разработка и продвижение средств интеграции пространственных данных и их предоставления на основе имеющихся инновационных разработок [3].

Следует заметить, что внедрение инноваций должно сопровождаться правовой поддержкой государства. Необходимыми являются меры, предусматривающие личную ответственность землепользователей за качественное состояние земель. В зависимости от положительных или отрицательных показателей плодородия необходимо поощрять или наказывать экономически землевладельца, землепользователя, арендатора для повышения заинтересованности в проведении мероприятий по повышению качественного состояния земель.

Все эти организационно-экономические и технологические операции в единстве и взаимосвязи с достижениями науки и техники будут способствовать повышению эффективности использования земель.

ЛИТЕРАТУРА

1. Разработка рекомендаций по предупреждению и устранению последствий негативных процессов на территории Республики Мордовия. Технический отчет. – СПб., 2011. – 46 с.
2. Шайкин В. В., Ахметов Р. Г., Коваленко Н. Я. Сельскохозяйственные рынки: учебник для вузов. – М.: Колос, 2001. – 264 с.
3. Взгляд в будущее: мониторинг сельхозземель на основе инновационных разработок. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ruslandmanagement.wordpress.com/2012/01/10/futuresh/>
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rud.exdat.com/docs/index-746906.html>