МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЯРОСЛАВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ ПО МАТЕРИАЛАМ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В ЭКОНОМИКЕ XXI ВЕКА»

ЯРОСЛАВЛЬ
2015

УДК 338
ББК 65.05
С 23

Печатается по решению редакционно-издательского совета экономического факультета ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА (протокол № 1 от 16.12.2015 г.).

С 23 **Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы менеджмента в экономике XXI века» (20 мая 2015 г.)** [Текст] / под общ. ред. к.э.н. доцента А.М. Суховской. – Ярославль: Изд-во ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА, 2015. – 138 с.
ISBN 978-5-98914-151-7

В сборнике представлены материалы, отражающие современные проблемы менеджмента в экономике XXI века.

ISBN 978-5-98914-151-7

© ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА, 2015
© Авторы статей, 2015

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

УДК 657.314.18

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКИМ ХОЗЯЙСТВОМ УКРАИНЫ

М.В. Бесчастная
(Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина)

Ключевые слова: организационная структура управления, субъекты управления, объекты управления, уровни управления.

В статье раскрыта сущность и содержание современной парадигмы управления сельским хозяйством Украины, определены ее организационные и концептуальные основы. Раскрыты субъекты и объекты управления сельским хозяйством. Построена структура взаимодействия органов управления сельским хозяйством Украины.

Постановка проблемы. Сельское хозяйство Украины характеризуются наличием ряда проблем, большинство из которых не решается на протяжении десятилетий. Отсутствие четко сформулированной и эффективной системы управления развитием сельских территорий приводит к постоянному ухудшению качества жизни сельского населения, уменьшению его численности как в целом, так и в трудоспособном возрасте (вследствие естественного сокращения и активных миграционных процессов), неудовлетворительного состояния инфраструктурного обеспечения, снижения уровня доходов и отсутствия альтернатив сельскому хозяйству при одновременно низкой экономической эффективности и высокой трудоемкости его осуществления.

Исследованию данной проблемы посвящены научные труды М.В. Саблука, М.Ф. Кропивка, П.И. Марченко, Л.В. Молдаван, М.А. Миненко, которые рассматривают вопросы формирования новых форм организации управления в сельском хозяйстве, основанных на партнерстве власти и бизнеса.

Цель исследования – теоретико-методологический анализ организации управления сельским хозяйством в Украине.

Изложение основного материала. В условиях незавершенности институционализации гетерархичной системы управления развитием аграрного сектора Украины, что является результатом трансформации системы экономических отношений, стал актуальным вопрос определения форм организации эффективного управления аграрным сектором экономики. Вариативность определяется спектром от чисто государственного административного управления к формализованному саморегулированию развития экономики субъектами хозяйствования. Это требует систематизации форм организации управления отраслями и рынками во взаимосвязи с конкретными организа-

ционно-правовыми формами, установленными действующим законодательством [1].

Структура управления характеризует способ организации системы управления и отражает организационные отношения между частями системы управления и взаимоотношения частей системы менеджмента в целом. Еще более широким понятием являются организационные структуры управления. Их задачей является обеспечение внутреннего единства, целостности и устойчивости системы управления к внешним и внутренним факторам. Они имеют свою внутреннюю организацию и состоят из взаимосвязанных между собой элементов.

Организационная структура объекта управления состоит из организационной структуры управления (субъекта управления) и хозяйственной структуры (объекта управления).

Субъектами управления в аграрном секторе выступают государственные управленческие учреждения, органы хозяйственного управления и органы общественного управления.

Органами государственного управления являются Министерство аграрной политики и продовольствия Украины и региональные органы управления (областные и районные управления), органы местного самоуправлениия.

К органам хозяйственного управления относятся бизнес-структуры которые находятся в сельской местности и принимают участие в жизни сельской общины.

Представителями общественного управления являются органы местного самоуправления, сельские общины и общественные объединения.

Объектами управления в аграрном секторе являются [3]:

- сельско-, лесо-, водохозяйственные производственные и перерабатывающие, общие и корпоративные предприятия различных форм собственности и хозяйствования, что производят сельскохозяйственную продукцию, продукты ее переработки и заняты обслуживанием аграрной сферы;
- организации продовольственного рынка, рынков материально-технических ресурсов, агротехнических услуг, страхового, финансово-кредитного обслуживания, инноваций, консультативных услуг;
- территориальные общины (громады) сел, поселков, их объединения;
- научно-исследовательские, образовательные и другие интеллектуальные учреждения аграрного профиля;
- природоохранные, ветеринарные учреждения и т.п.

Вместе с тем, объекты управления не только воспринимают управляющее влияние со стороны субъекта управления, но и сами их провоцируют – ставя перед ними свои требования, потребности, интересы, ценности и т.п. – тем самым заставляя субъекты управления принимать соответствующие решения. В результате возникает двусторонняя связь, так как система социального управления является не односторонней командно-административной системой. Процесс взаимодействия объекта и субъекта управления образует процесс управления.

Как объект управления сельское хозяйство представлено следующими уровнями управления: федеральным, региональным и местным (рисунок 1).

Рисунок 1 – Организационная структура управления сельским хозяйством по общественно-политическим уровням управления

Структура взаимодействия органов управления сельским хозяйством на основе анализа организации управления сельским хозяйством изображена на рисунке (рисунок 2).

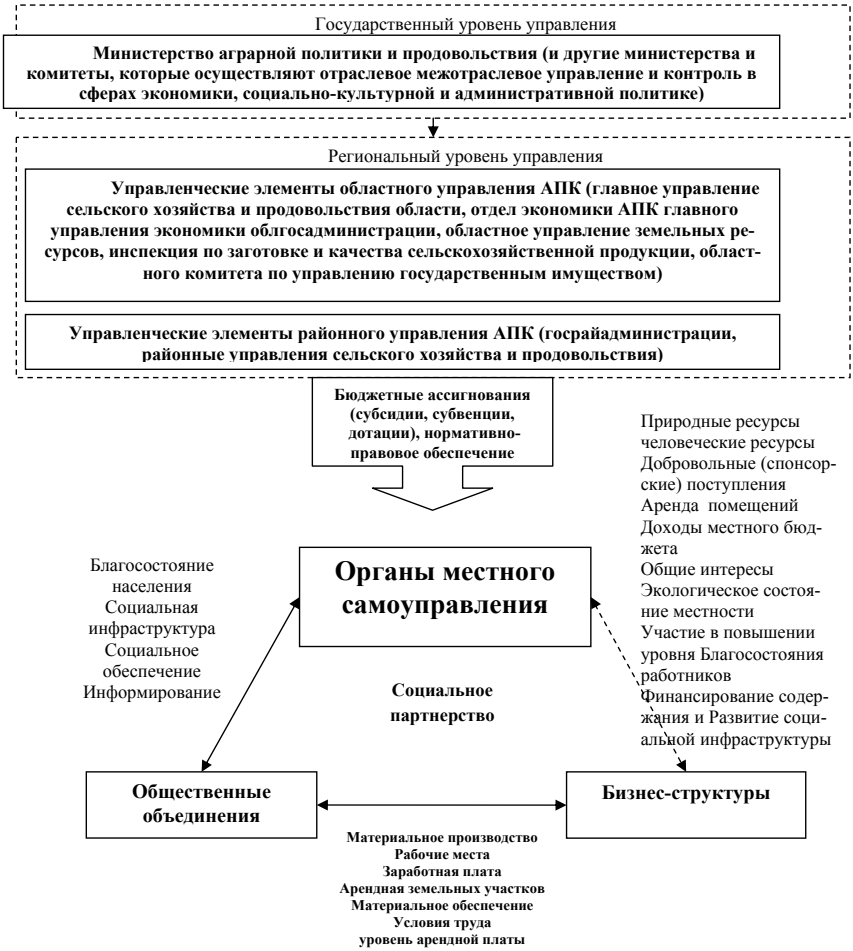

Рисунок 2 – Структура взаимодействия органов управления сельским хозяйством

Выводы и предложения

Сегодня в органах власти преобладают иерархические структуры управления, и хоть иногда меняется название структур, принцип работы остается тот же. Эти структуры привычны и удобны, здесь четкое разделение функций, иерархическая подчиненность всех звеньев управления, упорядоченность всех правил и стандартов. Недостатки таких структур заключаются в твердой направленности поведения, трудностях организации взаимосвязей внутри организации, неспособности к быстрым нововведениям. Такая организация управления ограничивает социально-экономическое развитие сель-

ского хозяйства. Воспроизведение «советской модели» подкрепляется сложившейся системой бюджетного планирования, ведомственными социально-техническими нормативами, неразвитой нормативно-правовой базой и тому подобное. На сохранение прежних организационных структур влияет бюрократическая корпоративная культура. В ее рамках работники ориентированы на работу с административной вертикалью, а не на взаимодействие на равных правах с сельскими общинами с целью местного развития.

Важными шагами совершенствования организации управления сельским хозяйством являются:

- организационные меры, которые предусматривают перераспределение функций и ответственности государственного управления по схеме «снизу-вверх»;

- разработка новой аграрной политики евроинтеграционного характера, которая станет толчком к переходу в третий этап развития аграрной политики, в частности европейского ориентирования;

- завершение реформирования управления сельским хозяйством, где ведущая роль должна принадлежать органам местного самоуправления и территориальным общинам, а также принципам социального партнерства.

Литература

1. Ковальова, О.В. Інституційні форми організації управління розвитком аграрного сектора [Текст] / О.В. Ковальова // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2012. – № 4. – С. 121-126.

2. Черняков, О.В. Формування організаційних структур органів місцевого самоврядування [Електронний ресурс] / О.В. Черняков, О.М. Сумина. – Режим доступа: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/655/1/VUABS-14-15.pdf.

3. Саблук, П.Т. Концепція реформування управління аграрним сектором [Текст] / П.Т. Саблук, В.П. Ситник, М.Ф. Кропивко [та ін.]. – К.: «Інститут аграрної економіки», 2005. – 61 с.

4. Політичні інститути: суб'єкти управління сільськими територіями [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=53051.

5. Концепція Адміністративної реформи в Україні. Затверджено Указом Президента України від 22 липня 1998 року [Текст]. – К.: Без видання, 1998. – С. 11–27.

6. Трокачевська, Л.П. Реформування АПК регіону та його організаційне забезпечення (на прикладі черкаської області) [Текст] / Л.П. Трокачевська // Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права. – 2003. – С. 381-384.

7. Терещенко, В.К. Соціально-економічний розвиток сільських територій [Текст]: навчальний посібник / В.К. Терещенко, В.А. Ткачук; за ред. В.К. Терещенка [та ін.]. – Київ-Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2011. – 348 с.

УДК [631.1:631.145:636.5](470.316)

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПТИЦЕПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

к.э.н., доцент Н.В. Быкова
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», г. Ярославль)

Среди основных проблем, на решение которых направлены цели, задачи и мероприятия областной целевой программы «Развитие агропромышленного комплекса Ярославской области» на 2014-2020 годы выделяют проблемы ограниченного доступа сельскохозяйственных товаропроизводителей к рынкам продукции и ресурсов, слабую кооперацию в сфере производства и реализации сельскохозяйственной продукции, а также возрастающую монополизацию торговых сетей.

Также требуют решения такие проблемы сельхозтоваропроизводителей, как снижение цен на продукцию сельского хозяйства при постоянном росте цен на энергоносители, резком снижении кредитования. Данные проблемы существенно замедляют развитие отрасли животноводства (в частности птицеводства).

Главной задачей данного направления областной целевой программы является обеспечение населения Ярославской области продуктами питания высокого качества в основном за счет отечественного сельскохозяйственного производителя, что позволит решить важнейшую социально-экономическую задачу сохранения и улучшения здоровья населения.

Однако эффективность производства высококачественных продуктов питания в значительной степени зависит от успешного функционирования ряда других отраслей и производств. Поэтому развитие интеграционных связей в АПК и формирование продуктовых подкомплексов является одним из приоритетных направлений деятельности в связи со вступлением России во Всемирную торговую организацию.

Одним из продуктовых подкомплексов продовольственного комплекса является птицепродуктовый подкомплекс (ППП) – совокупность предприятий и организаций, связанных с развитием птицеводства, обслуживанием его производства и доведением продукции до конечного потребителя. ППП, подобно АПК, состоит из трех сфер. Предприятия отраслей первой сферы должны обеспечивать благоприятные условия для функционирования производственных процессов и ускорения интенсификации птицеводства в целом. В свою очередь, темпы и уровень развития предприятий первой сферы зависят от потребностей в средствах производства, средствах автоматизации, продуктах комбикормовой и микробиологической промышленности. А увеличение объемов производства продукции птицеводства требует соответствующего развития предприятий и организаций по переработке, транспортировке и реализации конечного продукта.

Важнейшим звеном ППП является вторая сфера, то есть производство птицеводческой продукции. Основными товаропроизводителями птицеводческой продукции в Ярославской области являются сельскохозяйственные организации, на долю которых приходится до 98% всего произведенного в области куриного яйца.

Поголовье птицы в хозяйствах всех категорий региона составляет 9 млн. 400 тысяч голов. Основное поголовье птицы (около 97%) сосредоточено в специализированных птицеводческих предприятиях. Численность птицы в ЛПХ составляет 152 тысячи голов (1,6 процента от общего поголовья) и КФХ – 172 тысячи голов (1,8 процента).

В Ярославской области работают 3 птицефабрики по производству мяса цыплят-бройлеров. Из всего произведенного объема мяса птицы в области 79% производится ОАО «Ярославский бройлер». Кроме того, в регионе работают 7 птицефабрик по производству куриных яиц. В ОАО «Волжанин» сосредоточено 40% от общего поголовья птицы и 56% куриных яиц, производимых в области. При этом птицеводческие предприятия региона наращивают объемы производства.

Главная цель деятельности ППП – максимальное удовлетворение потребностей населения в продуктах питания. Этой цели должны следовать все составные элементы подкомплекса. В то же время каждое предприятие ППП в зависимости от сферы, к которой оно относится, ставит перед собой определенные цели, которые можно классифицировать следующим образом (таблица 1). Каждое предприятие любой из трех сфер ППП должно следовать стратегии так называемой ограниченной оптимизации, при которой достижение какой-либо одной цели ограничивается требованием выполнять и другие цели на приемлемом уровне, то есть вести политику увязки собственных интересов с интересами партнеров по бизнесу. Такое выравнивание материальной заинтересованности всех партнеров в получении конечного продукта является важным условием успешного развития подкомплекса. И это условие тем более важно в настоящее время в связи с вышеуказанными проблемами, задачами областной целевой программы и приоритетностью отрасли птицеводства.

Таким образом, становится очевидной необходимость принятия концепции маркетинга взаимодействия или партнерских отношений. Данная концепция, теоретические аспекты которой были описаны в середине 90-х годов 20 века, представляет собой наиболее совершенную философию ведения бизнеса, наилучшим образом адаптированную к современным условиям развития рынка. В таблице 2 представлена эволюция маркетинговых концепций.

Опыт сельскохозяйственных предприятий показывает, что даже концепция традиционного маркетинга не имеет на сегодняшний день повсеместного внедрения. Создаваемые на предприятиях отделы маркетинга осуществляют преимущественно функции сбыта товаров. А главной целью функционирования большинства предприятий является максимизация прибыли без учета интересов потребителей и бизнес-партнеров.

Таблица 1 – Классификация целей предприятий ППП

Признаки классификации				
По сферам управления предприятием ППП	По сферам деятельности	В зависимости от факторов внешней среды предприятия ППП	По содержанию цели	По времени, в течение которого цель должна быть достигнута
Виды целей				
1. Управление маркетингом • достижение максимально возможного потребления продукции; • достижение максимальной потребительской удовлетворенности; • предоставление максимально широкого выбора товаров; • максимальное повышение качества жизни. 2. Управление производством • оптимизация объемов производства; • повышение качества продукции; • выполнение плана производства продукции; • расширение ассортимента продукции. 3. Финансовый менеджмент • увеличение балансовой прибыли предприятия; • сокращение статей расходов. 4. Управление персоналом • обеспечение трудовыми ресурсами; • повышение эффективности использования трудовых ресурсов; • обеспечение оптимальных условий труда и отдыха; • повышение производительности труда.	1. Производство средств производства для птицеводства • обеспечение отрасли птицеводства средствами производства (машины, оборудование, корма и т.д.); • обеспечение птицефабрик информацией о потребительских качествах своей продукции. 2. Производство продукции птицеводства • бесперебойное производство продукции (яйцо, мясо птицы) в объемах, соответствующих потребностям населения; • создание экологически чистого продукта. 3. Переработка и доставка продукции птицеводства конечному потребителю • обеспечение поступления продукции птицеводства конечному потребителю (заготовительная сеть, организация первичной переработки и т.д.; • расширение номенклатуры продукции из с.-х. сырья.	1. Экономические • увеличение прибыли; • повышение рентабельности производства продукции. 2. Социальные • обеспечение занятости населения; • удовлетворение потребности людей в продуктах питания. 3. Природоохранные • забота об охране окружающей среды и т.д. 4. Цели формирования имиджа предприятия	1. Качественные • улучшение качества продукции; • совершенствование организационной структуры производства и т.д. 2. Количественные • увеличение рыночной доли; • увеличение объема производства продукции и т.д.	1. Долгосрочные (более 5 лет) • обеспечение рентабельности предприятия; • строительство новых зданий и сооружений и т.д. 2. Среднесрочные (от 1 до 5 лет) • увеличение доли рынка; • наращивание объема производства и др. 3. Краткосрочные (менее 1 года) • получение информации о потребительских предпочтениях; • налаживание связей с поставщиками и др.

Таблица 2 – Эволюция концепций маркетинга

Годы	Концепция	Ведущая идея	Главная цель
1	2	3	4
1860-1920	Производственная	Произвожу то, что могу	Совершенствование производства, рост продаж, максимизация прибыли
1920-1930	Товарная	Производство качественных товаров	Совершенствование потребительских свойств товара
1930-1950	Сбытовая	Развитие сбытовой сети, каналов сбыта	Интенсификация сбыта товаров за счет маркетинговых усилий по продвижению и продаже товаров
1950-1980	Традиционного маркетинга	Произвожу то, что нужно потребителю	Удовлетворение нужд и потребностей целевых рынков
1980-1995	Социально-этического маркетинга	Произвожу то, что нужно потребителю с учетом требований общества	Удовлетворение нужд и потребностей целевых рынков при условии сбережения ресурсов, охраны окружающей среды
С 1995 г. по настоящее время	Маркетинга взаимодействия	Произвожу то, что удовлетворяет потребителей и партнеров по бизнесу	Удовлетворение потребностей потребителей, интересов партнеров и государства в процессе их коммерческого и некоммерческого взаимодействия

На наш взгляд, для каждой из сфер ППП региона характерна своя концепция маркетинга (таблица 3). Так, концепция маркетинга большинства предприятий первой сферы подкомплекса – товарная или производственная. Далеко не все предприятия второй сферы придерживаются в настоящее время концепции традиционного маркетинга. Для третьей сферы в целом характерна сбытовая концепция, так как предприятия этой сферы активно продвигают товар к потребителю.

Главной целью маркетинга взаимодействия, или маркетинга отношений, становится целенаправленное выстраивание постоянных доверительных отношений с бизнес-партнёрами. Такие отношения взаимовыгодны как для продавца, так и для покупателя. Используя структурированный маркетинговый комплекс, основанный на анализе конкурентных преимуществ (маркетинг-микс), предприятие значительно сокращает издержки на привлечение новых клиентов, сокращает время обслуживания клиентов, тем самым, повышая совокупную эффективность деятельности предприятия. Потребитель, в свою очередь, получает качественное обслуживание и индивидуальный подход, основанный на привилегированном деловом партнёрстве. При этом определяющим фактором успешного использования такого подхода являются личные контакты со всеми бизнес-партнёрами: потребителями, дистрибьюторами и другими участниками маркетинговой цепи. Взаимоотношения между партнёрами в этом случае становятся более значимым ресурсом, чем материальные, финансовые и человеческие ресурсы.

Таблица 3 – Концепции маркетинга в ППП Ярославской области

Сфера ППП	Концепция	Ведущая идея	Основной инструментарий	Главная цель
1 сфера Комбикормовый завод	Производственная	Произвожу то, что могу	Себестоимость, производительность	Совершенствование производства, рост продаж, максимизация прибыли
Селекционно-генетическая станция, машиностроительный завод и т.д.	Товарная	Производство качественных товаров	Товарная политика	Совершенствование потребительских свойств товара
2 сфера Птицефабрика	Традиционного маркетинга	Произвожу то, что нужно потребителю	Комплекс маркетинга-микса, исследование потребителя	Удовлетворение нужд, потребностей целевых рынков
3 сфера Оптовые фирмы, предприятия общепита, розничные магазины	Сбытовая	Развитие сбытовой сети, каналов сбыта	Сбытовая политика	Интенсификация сбыта товаров за счет маркетинговых усилий по продвижению и продаже товаров

Вторым по значимости ресурсом, необходимыми при использовании стратегии взаимодействия, является информация, которая рассматривается как конкурентное преимущество, без которого невозможно добиться успеха, даже обладая качественным товаром.

Фактор инновационного развития становится центральным в системе современного маркетинга, а способность наиболее эффективно преподнести новшество клиенту определяет успех предприятия.

Концепция маркетинга взаимодействия вовлекает не только специалистов в этой области, а весь персонал организации, особенно управляющее звено. Поэтому необходима организация повышения квалификации персонала, что также отмечено в областной целевой программе региона.

Таким образом, на наш взгляд, концепция маркетинга взаимодействия является оптимальной для предприятий ППП региона, так как ее инструментарий – это методы координации, интеграции и сетевого анализа, что определяется в качестве приоритетных методов и направлений в областной целевой программе «Развитие агропромышленного комплекса Ярославской области» на 2014-2020 годы.

Литература

1. Областная целевая программа «Развитие агропромышленного комплекса Ярославской области» на 2014-2020 годы (утверждена постановлением Правительства Ярославской области от 17.03.2014 № 221-п).

УДК 339.138

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ НА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ

к.э.н., доцент О.П. Гогуля
(Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина)

Современное состояние аграрной экономики требует внедрения маркетинговых подходов к производственно-сбытовой деятельности организаций и предприятий АПК Украины. Система управления маркетингом должна создаваться с учетом общих задач агропромышленного комплекса: четкого распределения функций управления между областными и региональными звеньями, а также их организациями и предприятиями, развития новых организационных форм аграрного бизнеса, повышения эффективности маркетинговой деятельности на основании достижения самоокупаемости, отказа от монополизма в организации и управлении аграрным бизнесом.

Ведущими учеными, которые посвятили свои труды исследованию различных аспектов маркетинговой деятельности является Армстронг Г., Балабанова Л.В., Варченко О.М., Войчак А.В., Голубков Е.П., Гудзинский А.Д., Данько Т.П., Долишний М.И., Котлер Ф., Луций А.П., Мороз Л.А., Сахацкий Н.П., Смит А., Старостина А.А., Чухрай Н.И. и другие. Вместе с тем, ряд проблем прикладного характера, вызванных глобализацией экономики остаются нерешенными, в частности относительно специфики маркетинговой деятельности субъектов хозяйствования аграрного рынка.

Цель исследования. Обосновать необходимость развития системы управления маркетинговыми процессами в деятельности предприятий АПК и определить ее особенности в современных условиях хозяйствования с целью обеспечения конкурентоспособности организационных формирований на продовольственном рынке.

Изложение основного материала. Состояние продовольственного рынка Украины характеризуется ростом общего объема продукции сельского хозяйства и основных показателей продуктивности скота, повышением средних цен продажи аграрной продукции по всем направлениям реализации. В то же время имеют место и негативные тенденции: уменьшение предложения молока и мяса из-за сокращения поголовья скота; недостаточно высокие показатели качества и безопасности продовольственных товаров. Развитие товарных отношений происходит динамично и служит причиной необходимости постоянного совершенствования механизма ценообразования [1]. Кроме того, процессы либерализации мировой торговли агропродукцией диктуют новое видение продовольственной безопасности.

Управление маркетингом – это целенаправленная деятельность фирмы по регулированию своей позиции на рынке посредством планирования, организации, учета, контроля исполнения каждой фазы позиционно-действенного поведения предприятия с учетом влияния закономерностей развития рыночного

пространства, конкурентной среды для достижения прибыльности и эффективности деятельности субъекта на рынке [2]. Управление маркетингом является системой, которая включает четкое функциональное разделение труда, использование технических средств, управление качеством товара, а также психологию и культуру взаимоотношений. При проектировании системы управления аграрным маркетингом следует учитывать такие методологические принципы, как определение стратегии, целей и задач предприятия, совместительство и исключения несвойственных функций, обеспечение целостности системы за счет организации, гибкости и адаптивности, оптимизация экономических, организационных и функциональных параметров системы, рациональное внутрихозяйственное и межхозяйственное распределение маркетинговых функций и обеспечения их эффективного исполнения, надежность системы, которая гарантирует достоверность, бесперебойность и доступность информации, а также точность и своевременность маркетинговых действий, способность адекватно воспроизводить производственную, организационную, управленческую, социальную системы, восприимчивость к быстрым изменениям конъюнктуры рынка; чувствительность к инновациям, экономичность системы, оперативность принятия маркетинговых решений и их реализация [3].

Специфика маркетинговой деятельности на агропродовольственном рынке отражается в сложности самого рынка, который представлен несколькими составляющими: предприятиями сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности, сбытовыми и посредническими организациями. Исследование функциональных подсистем аграрного маркетинга убедительно доказывает, что главным методологическим принципом действенности последнего, то есть достижение его конечной цели, является комплексность. Этот принцип означает, что любое предприятие АПК получит долгосрочную прибыль только при условии синхронного действия всех функциональных подсистем на окружающую среду с одновременным учетом специфики условий деятельности на рынке. Эти условия охватывают сезонность производства, длительность операционного и финансового циклов, взаимозависимости производственно-экономических и естественно-биологических процессов, использование методов государственного регулирования, существование большого количества независимых товаропроизводителей, высокий уровень корреляции между качеством сырья, сроками и условиями сбора и хранения, транспортировки, использования традиционных и нетрадиционных технологий, потребность во внедрении системы управления качеством и безопасностью готовой продукции и сертификации готовой продукции, низкая покупательная способность потребителей, высокий уровень конкуренции, большое количество ассортиментных позиций, ограниченный срок годности продукции и тому подобное. Для внедрения системы маркетинга руководству предприятий необходимо решить, какие структурные изменения следует осуществить в его внутренней среде, чтобы быть готовым к рыночной деятельности во всей ее сложности со всеми изменениями. К сожалению, концепция агромаркетинговой политики очень медленно входит в хозяйственный менеджмент руководителей, специалистов и собственников [4].

Применение системы аграрного маркетинга на предприятиях АПК требует выбора оптимальной структуры маркетинговых служб, исходя из решения основных задач – сбора и анализа маркетинговой информации, прогнозирования и разработки альтернативных маркетинговых стратегий и планов, оперативной работы.

С учетом разницы в наличии, доступности и размерах ресурсов, ассортименте продукции, разновидности рынков, на которых работают предприятия, становится очевидным, что не может быть универсальной организационной структуры, приемлемой для всех субъектов хозяйствования. Исследования показывают, что в структуре управления маркетинговой службой хозяйств целесообразны следующие функциональные подразделения: 1) маркетинговая группа (группа изучения рынка), которая создается на базе планово-экономического отдела; 2) служба сбыта для выполнения следующих задач – организация продаж, сбор информации о потенциальных покупателях, изучение их потребностей, сбор информации о внешних и внутренних конкурентах, первичный анализ и систематизация собранной информации, организация рекламы, изучение стандартов качества и нормативно-правовых документов. Кроме того, необходимо учитывать, что предприятие будет иметь маркетинговую ориентацию только при условии, если руководитель службы маркетинга станет вторым по значимости лицом после руководителя и ему для этого будут делегированы необходимые полномочия.

Аграрный маркетинг следует рассматривать как систему взаимодействия организации с окружающей средой, поскольку в отношении отечественного предприятия последняя является очень жесткой и требует со стороны руководства соответствующего комплекса мероприятий по адаптированию к ней. Эффективное взаимодействие организационного формирования может быть обеспечено только за счет реализации конкретных маркетинговых функций:

- исследования рынка – сбыт, обработка и анализ информации, которая характеризует общий объем и структуру спроса потребителей на конкретных сегментах рынка, уровень предложения и конкуренции и качественный состав потенциальных покупателей с целью определения рыночной стратегии предприятия;

- планирование ассортимента – определение структуры и объемов товарной продукции, качества, внешнего вида и упаковки товаров – для разработки продуктовой стратегии предприятия;

- продвижение продукции – комплекс мероприятий по стимулированию сбыта продукции и создание образца предприятия или марки продукции с целью определения политики коммуникаций предприятия;

- ценообразование – установление приемлемой цены реализации изделий, возможных ее изменений, соотношение с ценами конкурентов для определения ценовой политики предприятия;

- распределение продукции – выбор посреднических звеньев на пути движения продукции от производителя до потребителя, оценка форм и методов сбыта и транспортировки товаров с целью выработки эффективной стратегии сбыта;

- стратегическое и прибыльное планирование бизнеса – разработка маркетинговых планов и программ для практического воплощения рыночной, продуктовой, коммуникационной и сбытовой политики предприятия.

Одним из главных факторов маркетинговой деятельности выступает целевая направленность. Соответственно, главная экономическая цель маркетинга любого предприятия – наиболее полное удовлетворение потребностей потребителей, а также обеспечение в результате определенной прибыли и рентабельности на определенном временном промежутке.

Маркетинговые цели – результат анализа информации о состоянии товарных рынков, прогнозы их развития на перспективу и оценка собственных возможностей предприятия [5]. То есть они формируются из целей предприятия, определенных в процессе стратегического планирования на основе ситуационного анализа и в результате проведения детальных маркетинговых исследований окружающей среды. Полученная оценка текущей и будущей рыночной ситуации, анализ возможных альтернатив позволяют установить специфические маркетинговые цели относительно желаемых объемов продаж, рыночных долей, уровня лояльности и типов привязанности к продукции, прибыли и окупаемости вложений.

Выводы. Таким образом, маркетинговая деятельность предприятий агропродовольственного рынка должна обеспечивать получение конкурентных преимуществ в условиях нестабильности внешней среды. Она охватывает организацию и управление всеми сторонами деловой активности предприятия: от идеи создания продукта до его использования потребителем. Маркетинг является эффективным средством изменения не только организации и управления производством и сбытом сельхозпродукции, но и сознания и психологии поведения руководителей. Активность, предпринимательство, инициативность, которые предусматривают разумный риск со стороны руководителей и исполнителей, могут улучшить деятельность предприятия, ликвидировать дефицит многих видов сельскохозяйственной продукции, сократить огромные затраты на всех этапах продвижения продукции к потребителю.

Литература

1. Макарчик, І. Оцінка факторів, що впливають на об’єкти виручки від реалізації продукції сільськогосподарських підприємств [Текст] / І. Макарчик // Підприємництво, господарство і право. – 2007. – № 9. – С. 172-174.
2. Данько, Т.П. Управление маркетингом [Текст]: учебник / Т.П. Данько. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 334 с. – (Серия «Высшее образование»).
3. Наукове забезпечення сталого розвитку сільського господарства в Лісостепу України [Текст]: монографія. В 2-х томах / Кабінет міністрів України, НАУ. – К.: Вид-во ТОВ «Алефа», 2003. – Т.1. – 886 с.
4. Ткаченко, В.Г. Аграрна реформа в Україні: результати, проблеми, перспективи завершення [Текст]: монографія / В.Г. Ткаченко, В.І. Багачев; під зага-

льною ред. проф. В.Г. Ткаченко і проф. В.І. Багачева. – Луганськ: «Книжковий світ», 2006. – 228 с.
5. Зозулев, А. Анализ маркетинговой среды в ходе стратегического планирования [Текст] / А. Зозулев // Маркетинговые исследования в Украине. – 2004. – № 6(7). – С. 22-30.
6. Соловйов, І.О. Формування системи маркетингу в аграрній сфері економіки [Текст] / І.О. Соловйов // Економіка АПК. – 2006. – № 2. – С. 103-110.

УДК 631·152:631·111

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ АГРАРНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

д.э.н, профессор Ю.И. Зелинский
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Создания муниципальных образований с соблюдением исключительно демографических и пространственных требований нормативно-законодательной базы, а также отсутствие социально-экономического обоснования привели к проблемам самообеспечения отдельных поселений, разделению территорий на экономически «сильные» и «слабые», появились муниципальные образования, лишенные собственных источников дохода, объектов социальной, производственной инфраструктуры. Возникшие проблемы самообеспечения территорий зачастую принято решать за счет создания фондов выравнивания, дотаций и других источников. Между тем, вопросам создания собственной земельно-ресурсной базы, а также инфраструктуры при формировании поселений уделяется явно недостаточно внимания.

Сельские территории как многофункциональная подсистема общества, всегда выполняли важнейшие стратегические функции. Доминировавший в условиях централизованной экономики и в постреформенный период отраслевой подход к развитию сельских территорий, связанный с возложением ответственности за социальное развитие села на сельскохозяйственные предприятия, являющиеся поселениеобразующими сельских населенных пунктов, не смог обеспечить воспроизводства сельского населения и естественно-природных ресурсов в условиях кардинальной трансформации структуры аграрного сектора и практически полного отказа государства от регулирования системы аграрного производства.

Снижение эффективности сельского хозяйства, резкое сокращение занятости сельского населения и падение уровня его доходов, обусловили нарастание процессов деградации сельских территорий.

Попытки государства переломить сложившуюся ситуацию дали определенный эффект, но не смогли принципиально решить проблемы. Это связано, в первую очередь, с тем, что устойчивое развитие сельских территорий

было сужено до обеспечения их социального развития и повышения качества жизни сельского населения, тогда как вопросы наращивания и эффективного использования аграрного потенциала были вынесены за рамки обеспечения процессов устойчивого развития локализованных территориальных образований.

В этой связи актуальным представляется исследование процессов использования и воспроизводства аграрного потенциала сельских территорий как элемента системы их развития.

Каждая сельская территория как специфическая форма организации социально-экономической системы характеризуется своим потенциалом и уровнем его использования.

При рассмотрении потенциала развития как совокупности потенциалов отдельных элементов системы, на наш взгляд, необходимо выделить потенциал естественных факторов, потенциал производства экономических благ, потенциал развития производственной подсистемы и потенциал социального развития (рисунок 1).

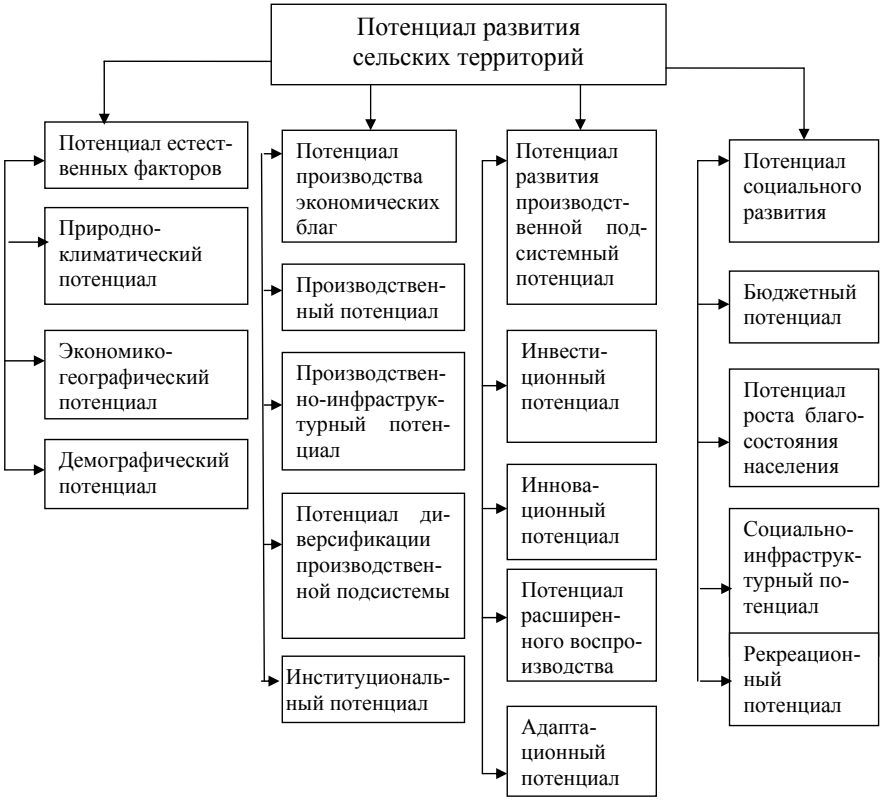

Рисунок 1 – Элементы потенциала развития сельских территорий

В связи с этим необходимо сформулировать подход к развитию системы управления аграрным потенциалом сельских территорий.

Под управлением аграрным потенциалом сельских территорий понимается целенаправленное воздействие субъектов управления различного уровня на процессы его формирования, использования и воспроизводства в соответствии со стратегией и тактикой развития хозяйствующих субъектов, ведущих аграрное производство.

Исходя из этого, система управления аграрным потенциалом территориальных образований представляет собой сложную иерархическую систему, объединяющую органы управления сельскохозяйственным производством и развитием сельских территорий на государственном, региональном, муниципальном, местном уровнях и на уровне хозяйствующих субъектов.

Цель управления аграрным потенциалом заключается в вовлечении в хозяйственный оборот максимально возможного количества ресурсов, которыми располагают территориальные образования и хозяйствующие субъекты, формирующие их экономическое пространство, и обеспечение максимальной отдачи их использования в рамках повышения эффективности аграрного производства и реализации экономических интересов производителей сельскохозяйственной продукции и обеспечения развития сельских территорий.

К числу основных задач системы управления аграрным потенциалом необходимо отнести:

- формирование нормативно-правовой базы, регламентирующей процессы функционирования хозяйствующих субъектов аграрной сферы и их взаимодействие с территориальными образованиями;

- создание комфортных условий ведения сельскохозяйственного производства и повышение престижности и доходности аграрного труда;

- координация интересов всех экономических агентов сельской экономики, осуществляющих деятельность в пределах локализованного экономического пространства;

- формирование системы продвижения технико-технологических и организационно-экономических инноваций;

- содействие в развитии производственной, транспортной, рыночной и социальной инфраструктуры в границах территориальных образований различного уровня;

- контроль за целевым использованием земли и сохранением ее продуктивных качеств, обеспечение открытости процессов перераспределения земельных ресурсов от неэффективных землепользователей к эффективным;

- создание в сельской местности условий расширенного воспроизводства человеческого капитала и обеспечение возможностей его реализации;

- содействие в углублении процессов производственной кооперации и агропромышленной интеграции;

- развитие потребительской кооперации, в первую очередь, в заготовительной и снабженческо-сбытовой сферах;

- стимулирование предпринимательской активности сельского населения, повышение его самозанятости и уровня доходов сельских семей;

- организация информационного и консалтингового обеспечения хозяйствующих субъектов аграрной сферы и субъектов потребительской кооперации.

На макроэкономическом уровне механизм управления процессами формирования и использования аграрного потенциала определяется аграрной политикой, отражающей отношение государства к сельскому хозяйству и сельским территориям, приоритеты по формированию аграрной структуры экономики, систему государственной поддержки отдельных отраслей сельского хозяйства и категорий производителей сельскохозяйственной продукции, механизмы государственного регулирования агропродовольственных рынков, темпы и направления модернизации объектов социальной инфраструктуры в рамках обеспечения устойчивого развития сельских территорий, направления и условия повышения уровня жизни сельского населения и др.

Непосредственная реализация аграрной политики происходит на региональном уровне с учетом специфики каждого региона, его участия в системе межрегионального разделения труда и стратегии развития. На региональном и муниципальном уровне должны устанавливаться базовые отрасли агропромышленного производства, являющиеся «точками роста» аграрного сектора региона и муниципальных образований и обеспечивающие получение значимого мультипликативного эффекта, обосновываться рациональные формы организации производства отдельных видов продукции и определяться политика распределения ресурсов (например, в Ярославской области в государственной и муниципальной собственности находится около 40% земель сельскохозяйственного назначения). Для обеспечения жесткого контроля за целевым использованием продуктивных земель необходима их инвентаризация и постановка всех земельных участков на кадастровый учет, позволяющие составить картину о закреплении земли за собственниками и землепользователями.

На основе системного подхода должны быть определены параметры развития ключевых и связанных с ними отраслей, решены вопросы внутрирегиональной специализации и территориального размещения отдельных производств с учетом имеющейся и планирующейся на перспективу производственной, рыночной и логистической инфраструктуры.

Глубина разделения труда и специализации отдельных хозяйствующих субъектов, присущие достигнутому уровню развития производительных сил и производственных отношений, обуславливают неизбежность углубления интеграции, формы которой определяются уровнем конкуренции на отдельных продуктовых рынках, уровнем концентрации агропромышленного капитала, эффективностью воздействия органов власти на предприятия-интеграторы и их способностью балансировать интересы интегрирующихся экономических агентов и др. Если в начале двухтысячных годов господствующей формой интеграции стали структуры холдингового типа, то сейчас

начали формироваться условия возникновения территориальных и продуктовых кластеров, требующих создания принципиально иных органов управления деятельностью участников объединения кластерного типа.

Обеспечение сбалансированности развития аграрного сектора экономики на региональном и муниципальном уровнях обеспечивается через разработку стратегий и концепций развития территориальных образований и принятие региональных целевых программ, предусматривающих адекватное финансирование предусматриваемых мероприятий. Действующая система государственной поддержки хозяйствующих субъектов и ограниченный объем финансовых ресурсов, выделяемых на эти цели, требуют от органов управления сельским хозяйством выработки критериев распределения бюджетных средств между хозяйствующими субъектами различных категорий и обеспечения прозрачности доступа к ним всех групп сельскохозяйственных товаропроизводителей.

В условиях перехода к ресурсосберегающим агротехнологиям, предполагающим резкий рост производительности труда и сокращение численности занятости в аграрном производстве, особое внимание должно быть уделено вопросам обеспечения самозанятости сельского населения и развитию отраслей, позволяющих вовлечь в хозяйственный оборот ресурсы, не задействованные в производстве сельскохозяйственной продукции. Существенный рост самозанятости сельского населения и увеличение объемов производимой ими товарной продукции возможен лишь при формировании комфортной среды, создающей предпосылки активизации предпринимательской инициативы селян, что достижимо только при интеграции малых форм хозяйствования с крупным и средним бизнесом, организации системы потребительских кооперативов и структур, позволяющих консолидировать и защищать интересы мелких товаропроизводителей. Важнейшим фактором, обеспечивающим рост эффективности использования аграрного потенциала, является повышение урожайности сельскохозяйственных культур и продуктивности скота и птицы. На наш взгляд, с модернизацией материально-технической базы сельских товаропроизводителей необходимо создавать агротехнологические центры, которые станут трансляторами инноваций и базовыми элементами региональной системы информационно-консультационного обеспечения хозяйствующих субъектов аграрной сферы принципиально нового формата. Например, в Ярославской области таким центром может быть ООО Племзавод «Родина» Ярославского муниципального района.

Следовательно, целью управления аграрным потенциалом является вовлечение в хозяйственный оборот максимально возможного количества ресурсов, которыми располагают территориальные образования и хозяйствующие субъекты, формирующие их экономическое пространство, и обеспечение максимальной отдачи их использования в рамках повышения эффективности аграрного производства и реализации экономических интересов производителей сельскохозяйственной продукции и обеспечения развития сельских территорий.

Литература
1. Зелинский, Ю.И. Особенности муниципального управления развитием сельских территорий [Текст] / Ю.И. Зелинский // Вестник АПК Верхневолжья. – 2008. – № 1. – С. 50-54.
2. Преснякова, Ю.А. Развитие системы управления аграрным потенциалом сельских территорий [Текст] / Ю.А. Преснякова // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2015. – Т. 33-1. – № 1 (198). – С. 5-14.

УДК 331.214.7

ГРЕЙДИНГОВАЯ СИСТЕМА ОПЛАТЫ ТРУДА РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СПЕЦИАЛИСТОВ ОРГАНИЗАЦИЙ

к.э.н., профессор А.А. Иванихин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

На сегодняшний день система грейдов – это наилучшая и единственно оправданная система начисления должностных окладов на основе балльно-факторного метода и матрично-математических моделей. Автором этой методики является американский ученый Эдвард Хей. Нарастание популярности и спроса на методы грейдов обусловлено тем, что они прошли испытание временем

Для начала определим, что значит грейдинг. Грейдинг (от англ. *grading*) – классификация, сортировка, упорядочивание. Грейдирование – это позиционирование должностей, то есть распределение их в иерархической структуре предприятия в соответствии с ценностью данной должности для предприятия. На наш взгляд грейдинговая система нужна:

- для определения относительной ценности существующих должностей с точки зрения стратегии организации;
- для оптимизации системы оплаты труда;
- для проведения независимой оценки сотрудников на предмет соответствия занимаемых ими должностям;
- для создания эффективной системы вознаграждения;
- для формирования стратегии развития персонала.

Существуют несколько модификаций грейдинговых систем в зависимости от сложности.

Первая степень сложности – система ранжирования должностей по степеням сложности. Она не требует математических расчетов и может быть внедрена топ-менеджерами организации после их предварительной подготовки. Ничего общего с оригинальной версией системы грейдов она не имеет. Но некоторые консультанты массово внедряют ее на российских и украинских предприятиях малого и среднего бизнеса.

Вторая степень сложности – это система Эдварда Хея, которая действительно основана на балльно-факторных методах. Но это не оригинальный вариант, а система грейдов, которую американские консалтинговые компании модифицировали под рынок стран СНГ. Эта версия (с некоторыми упрощениями для облегчения восприятия) больше всего подходит для организаций с не очень большим штатом административно-управленческого персонала.

Третья и четвертая степень сложности – это настоящие оригинальные системы грейдов, которые, несмотря на свою копирайтерскую защищенность, нашли свой выход на рынки России и Украины. Эти системы основаны не только на балльно-факторном методе, но и на правильных, сложных математических расчетах веса, шага, на матрицах, профильно-направляющих таблицах, графиках и самое главное – на точном и последовательном соблюдении этапов методологии. Этот вариант более сложный и трудоёмкий и при внедрении, как правило, требует участия консультанта.

Складывается впечатление, что грейдирование во многом похоже на тарифную систему, но между ними есть существенные отличия (таблица 1).

Таблица 1 – Отличия между тарифной системой и грейдами

Тарифные системы	Системы грейдов
1	2
1. Построены на основе оценки профессиональных знаний, навыков и стажа работы	1. Предусмотрена более широкая линейка критериев, включающая такие показатели оценки должности, как: - управление; - коммуникации; - ответственность; - сложность работы; - самостоятельность; - цена ошибки и другие
2. Должности выстраиваются по нарастающему принципу	2. Грейдинг допускает пересечение частей двух близлежащих грейдов. В результате этого менеджер низшего грейда благодаря своему профессионализму может иметь более высокий должностной оклад, чем, например, специалист по охране труда, находящийся в грейде рядом стоящего высшего порядка

Продолжение таблицы 1

1	2
3. Иерархическая структура тарифной сетки основана на минимальной зарплате, умноженной на коэффициенты (межразрядные, межотраслевые, междолжностные и межквалификационные)	3. Структура грейдов построена только на весе должности, которая просчитывается в баллах
4. Все должности выстраиваются по строгому нарастанию вертикали (от рабочего до управленца)	4. Должности размещаются только по принципу важности для организации

Внедряется система грейдов поэтапно. Этапы внедрения системы грейдов следующие:

1) подготовка рабочей группы, изучение методики;
2) разработка документации (концепция, положение и другие);
3) оценка должностей (анкетирование, интервьюирование, беседа);
4) определение требований к должностям, уточнение факторов;
5) распределение факторов по уровням (ранжирование);
6) оценка каждого уровня;
7) оценка веса фактора;
8) расчеты количества баллов для каждой должности;
9) распределение баллов по грейдам;
10) установление должностных окладов и расчет вилок окладов;
11) воспроизведение графика и анализ результатов.

Первые три этапа практически являются подготовительными и не вызывают сложности, а с 4 по 9 следует рассмотреть подробнее.

Этап 4. Определение требований к должностям, уточнение факторов.

Это один из самых сложных этапов, поскольку требует выборки ключевых факторов для каждой должности. Эти факторы должны быть не только понятны, но и распределяться по уровням сложности. Здесь обязательно надо учитывать специфику предприятия, подразделения, а также требования, предъявляемые к должности. Для наглядного примера мы возьмем условную организацию. Фактор – это причина, движущая сила какого-либо процесса, определяющая его характер или отдельные его черты и приводящая к результату.

Примерные факторы для оценки должностей:

1) управление сотрудниками;
2) ответственность;
3) самостоятельность в работе;
4) опыт работы;
5) уровень специальных знаний (квалификация);

6) уровень контактов;
7) сложность работы;
8) цена ошибки.

Таблица 2 – Ключевые факторы оценки должностей

Уровни фактора	Описание уровня
1	2
Фактор 1. Управление сотрудниками	
1	Отсутствуют подчиненные, т. е. нет необходимости управлять сотрудниками
2	Отсутствуют прямые подчиненные, периодическая координация работ других сотрудников в рамках поставленной задачи
3	Координация действий рабочей группы (2–3 человека)
4	Управление группой подчиненных для регулярного выполнения функциональных задач
5	Управление подразделением: влияние, контроль, постановка задач, мотивация и лидерство. Необходимость как вертикальных, так и горизонтальных взаимодействий
6	Руководство группой подразделений, преимущественно вертикальные властные взаимодействия
Фактор 2. Ответственность	
1	Ответственность только за свою работу, ответственность за финансовый результат своей деятельности отсутствует
2	Ответственность за финансовые результаты отдельных действий под контролем непосредственного руководителя
3	Ответственность за финансовые результаты регулярных действий в рамках функциональных обязанностей
4	Выработка решений, влияющих на финансовый результат рабочей группы или подразделения, согласование решений с непосредственным руководителем
5	Полная ответственность за финансовые результаты работы подразделения, за материальные ценности, организационные расходы в рамках бюджета подразделения
6	Полная ответственность за финансовые и иные результаты целого направления работ (группы подразделений)
Фактор 3. Самостоятельность в работе	
1	Отсутствует необходимость в принятии самостоятельных решений, следует определенным инструкциям, полномочия ограничены, имеется постоянный контроль
2	Принимаются стандартные решения под контролем руководителя, нестандартные ситуации решаются начальником

Продолжение таблицы 2

1	2
3	Цели определены руководством, планирование и организация работы проводится самостоятельно, самостоятельная подготовка решений, решения принимаются руководством
4	Формулируются только общие цели, работником проводится самостоятельная разработка методов и средств достижения целей (исходя из политики организации)
5	Работник находится практически под самоконтролем, самостоятельно устанавливает цели и задачи, следуя стратегии организации
6	Разработка общей политики действий группы подразделений, участие в разработке стратегии организации
Фактор 4. Опыт работы	
1	Опыт работы не требуется
2	Необходим опыт работы, не обязательно в данной области
3	Требуется специальный опыт работы в данной области от 1 до 2-х лет
4	Требуется большой опыт работы в данной области (от 3-х лет)
5	Требуется серьезный опыт работы не только в данной области, но и в смежных областях
6	Кроме профессионального опыта, необходим значительный опыт практического управления большим количеством сотрудников
Фактор 5. Уровень специальных знаний (квалификация)	
1	Достаточно среднего или н/высшего образования, специальных знаний не требуется
2	Необходимо высшее образование, не обязательно профильное, наличие базового уровня владения специальными методиками и технологиями
3	Высшее профильное образование желательно, свободное владение специальными методиками и технологиями
4	Высшее профильное образование, требуются углубленные специальные знания и базовые в смежных областях
5	Высшее профильное образование, специальные знания в области разработок, необходимость ученой степени
6	Высшее профильное образование и дополнительное в области управления организацией и персоналом
Фактор 6. Уровень контактов	
1	Общение на обычном уровне, практически отсутствуют контакты с клиентами и внешними организациями
2	Периодические контакты с клиентами и внешними организациями под контролем непосредственного руководителя
3	Регулярные внешние и внутренние контакты, внешние контакты на уровне исполнителей входят в функциональные обязанности

Продолжение таблицы 2

1	2
4	Постоянные контакты с руководителями среднего уровня внешних организаций
5	Внешние контакты на высоком должностном уровне, требующие проведения сложных переговоров, видения стратегии и политики организации. Требуются высокопрофессиональные навыки делового общения
6	Контакты на уровне высших должностных лиц внешних организаций, наиболее важных и крупных клиентов или партнеров
Фактор 7. Сложность работы	
1	Однообразная работа, постоянное выполнение единичных операций
2	Работа больше разнообразная, чем однообразная, выполнение нескольких функций, не требующих особых усилий
3	Разнообразная работа, требующая использования элементов анализа, логических рассуждений и выбора путей решения поставленных задач
4	Работа требует детального анализа, выбора способов решения разных проблем, координации со смежными подразделениями
5	Работа, связанная с творческим подходом к поиску и системному анализу информации, с вычленением, постановкой и формулировкой проблем, разработкой путей решения проблем
6	Работа, связанная со стратегическим видением развития направления работ, интеграция подходов к решению проблем разных подразделений
Фактор 8. Цена ошибки	
1	Ошибки влияют на собственную работу и на работу сотрудников в рамках рабочей группы
2	Ошибки приводят к сбоям в работе сотрудников в рамках всего подразделения
3	Ошибки могут привести к финансовым потерям в масштабе подразделения
4	Ошибки могут привести к финансовым потерям в достаточно крупных размерах
5	Ошибка может привести не только к крупным убыткам, но и нарушить работу ряда подразделений
6	Ошибки могут привести к финансовым потерям в масштабе всей организации

Этап 5. Распределение факторов по уровням (ранжирование).

Факторы распределяются по уровням сложности. От точного и понятного описания каждого уровня во многом зависит корректность оценки должности.

Шаг между уровнями должен быть одинаковым. Количество самих уровней зависит от того, с какой точностью мы хотим провести оценку. Так, для описания факторов в нашей абстрактной организации были взяты шесть уровней сложности. Обозначим их 1, 2, 3, 4, 5, 6.

Этап 6. Оценка каждого уровня. В приведенном примере мы оценили уровни следующим образом:

1) 1 балл;
2) 2 балла;
3) 3 балла;
4) 4 балла;
5) 5 баллов;
6) 6 баллов.

Итогом этого этапа внедрения системы грейдов стала таблица с перечисленными факторами и разделением на уровни, с определением количества баллов по нарастающему принципу. Рассмотрим пример для должности генерального директора (таблица 3).

Таблица 3 – Расчет количества баллов для должности генерального директора

Фактор оценки	Уровень соответствия фактора оценки и его вес, в баллах						Значимость фактора по 5-балльной шкале	Итоговый балл по фактору
	1	2	3	4	5	6		
Управление сотрудниками						6	5	30
Ответственность						6	5	30
Самостоятельность в работе						6	5	30
Опыт работы						6	5	30
Уровень специальных знаний (квалификация)						6	5	30
Уровень контактов						6	5	30
Сложность работы						6	5	30
Цена ошибки						6	5	30
СУММАРНЫЙ БАЛЛ								240

Этап 7. Оценка веса фактора. Расчеты этого этапа осуществляются в зависимости от степени важности каждого из описанных факторов для нашей организации. Для нашей виртуальной организации мы взяли значимость фак-

тора по 5-балльной шкале. При подсчете нужно учитывать степень важности по нарастанию баллов от 1 до 5.

Обязательным условием этого этапа является использование в ходе оценки одинаковых правил расчетов по каждому фактору.

Этап 8. Расчеты количества баллов для каждой должности.

Горизонтальный подсчет

Итоговый балл по фактору	Вес уровня в баллах	Значимость (вес) фактора по 5-балльной

Вертикальный подсчет

Суммарный балл должности	Сумма итоговых баллов по факторам

Рисунок 1 – Расчет суммарного балла должности

Этап 9. Распределение баллов по грейдам. По результатам подсчетов все должности выстраиваются в иерархическую пирамиду в зависимости от полученного суммарного балла. Затем эту пирамиду необходимо разбить на грейды. Распределение баллов по грейдам осуществляется следующим образом:

- в 9-й грейд вошли должности, получившие в сумме от 191 до 240 баллов;
- в 8-й – от 171 до 190 баллов;
- в 7-й – от 136 до 170 баллов;
- в 6-й – от 101 до 135 баллов;
- в 5-й – от 81 до 100 баллов;
- в 4-й – от 66 до 80 баллов;
- в 3-й – от 46 до 65 баллов;
- во 2-й – от 26 до 45 баллов;
- в 1-й – от 8 до 25 баллов.

Должности группируются в грейды по принципу получения приблизительно одинакового количества баллов, на основании выполняемых функций и в зависимости от степени значимости данной позиции для предприятия.

Также нам необходимо провести категорирование должностей. Наша абстрактная организация выделила подразделения и категории персонала, представленные в таблице 4.

Таблица 4 – Подразделения и категории персонала

Подразделения	Персонал
Администрация	Управленческий
Бухгалтерия	Служащие
Служба персонала	Специалисты
Отдел кадров	Рабочие
Производство	Обслуживающий персонал

Примерные грейды оценки должностей абстрактной организации приведены в таблице 5.

Желательно, чтобы параллельно с системой грейдов вводилась новая система для начисления переменной части зарплаты. Эта методика называется *KPI* (*Key Performance Indicators* – Ключевые Показатели Эффективности), но она предназначена для расчета эффективности и результативности труда в процентах.

Таблица 5 – Грейды оценки должностей

№ грейда	Кол-во баллов	Подразделение предприятия	№ должностной карточки	Должность	Категория персонала	Размер заработной платы, руб.			Премия, %
						минимум	среднее	максимум	
1	8-25	Производство	12	Уборщица	Обслуживающий	4700	5200	5700	10
2	26-45	Производство	7	Рабочий	Рабочие	5500	6250	7000	30
3	46-65	Администрация	9	Секретарь	Служащие	6000	7000	8000	30
4	66-80	Производство	6	Мастер	Специалисты	9000	10000	11000	35
		Бухгалтерия	8	Бухгалтер-экономист	Специалисты	8000	9000	10000	20
5	81-100	Юридический отдел	10	Юрист	Специалисты	11000	12000	13000	30
			4	Аналитик	Специалисты	10000	11000	12000	30
6	101-135	Производство	21	Главный техник	Специалисты	13000	14000	15000	35
			26	Главный инженер	Специалисты	12000	13000	14000	40
7	136-170	Бухгалтерия	15	Главный бухгалтер	Специалисты	16000	17000	18000	40
		Служба персонала	18	Главный маркетолог	Специалисты	15000	16000	17000	40
		Отдел кадров	11	Начальник отдела кадров	Специалисты	14000	15000	16000	30
8	171-190	Администрация	19	Директор службы персонала	Управленческий	25000	26000	27000	40
			24	Финансовый директор	Управленческий	23000	24000	25000	40
			16	Директор по стратегическим проектам	Управленческий	21000	22000	23000	40
9	191-240	Администрация	13	Генеральный директор	Управленческий	28000	30000	32000	40

* Размер (расстояние) между предыдущим и последующим уровнем сложности, выражается математической величиной, как правило, определяется в процентах или в цифрах. В приведенном примере мы взяли самый простой, но равномерно нарастающий шаг – 1, 2, 3, 4, 5, 6 баллов.

На сегодняшний день система грейдов и *KPI* – это две наилучшие системы расчетов зарплат. В паре они полностью унифицируют начисление обеих составляющих зарплаты (постоянной и переменной). Но пока в организации не унифицирована система начисления переменной части, до сведения каждого работника надо довести, что премию дают не просто за выполнение функциональных обязанностей, а за качество и количество.

Литература

1. Грейдовая система оценивания должностей и оплаты труда: методология, практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: // hrm.ru.
2. Чемеков, В.П. Грейдинг: технология построения системы управления персоналом [Текст] / В.П. Чемеков. – М.: Вершина, 2012. – 208 с.

УДК [631.15:658.5+631.155.2:658.8]:635.21(470.316)

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ КАРТОФЕЛЯ В ООО ПЛЕМЗАВОД «РОДИНА» ЯРОСЛАВСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

к.э.н., профессор Л.Н. Иванихина,
студентка 3 курса Е.Ю. Пивоварова
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Ключевые слова: картофель, производство и реализация картофеля,оценка конкурентоспособности, многомерный анализ, маржинальный анализ, SWOT-анализ.

В статье речь идет о производстве и реализации картофеля в одном из лучших хозяйств Ярославской области - ООО племзавод «Родина» Ярославского муниципального района. Выращивание картофеля в данном предприятии осуществляется по интенсивной технологии с использованием современной техники, при этом хозяйство получает стабильно высокую урожайность картофеля.Для оценки конкурентоспособности нами использовался многомерный анализ, для анализа соотношения объема продаж, себестоимости и прибыли был использован маржинальный анализ, для оценки внутренней и внешней среды -SWOT-анализ. Оценив стратегическое положение картофелеводства, мы предлагаем для развития данной товарной отрасли на предприятии применять стратегию диверсификации.

В условиях рыночной экономики для ведения эффективной деятельности предприятие должно быть конкурентоспособным, а для этого необходимо постоянно повышать уровень сельскохозяйственного производства.

Картофель является одной из основных продовольственных культур России. Фактическое его потребление в расчете на душу населения в год со-

ставляет около 110 кг при научно обоснованной медицинской норме питания 100 кг [1, с. 185].

Основная масса картофеля потребляется в России в свежем виде, доля промышленной переработки незначительна и составляет примерно 2% от валового сбора картофеля, тогда как в США эта цифра достигает 60%, где из него производят более 50 видов готовых изделий и полуфабрикатов.

В Российской Федерации картофель выращивают повсеместно. Но основное производство сосредоточено в трех федеральных округах: Центральном (29,6%), Приволжском (25,6%), Сибирском (17,8%). В этих округах сконцентрировано почти 73% объема производства продукции [1, с. 187].

По данным Росстата, в 2013 г. в хозяйствах всех категорий валовой сбор картофеля составил 30,2 млн т, что на 2,2% выше предыдущего года.

Основными производителями картофеля в России являются хозяйства населения, в 2013 году на их долю приходилось 82,3% валового сбора. Удельный вес сельскохозяйственных организаций составляет 10,9%, крестьянских (фермерских) хозяйств – 6,8 %.

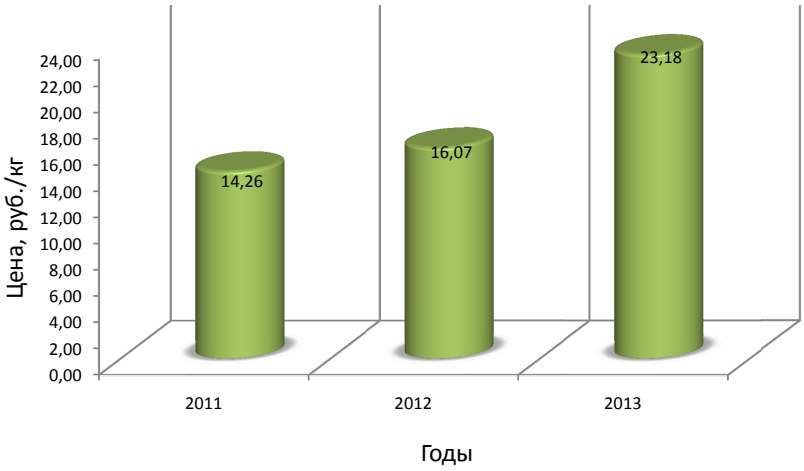

Рисунок 1 – Динамика цен на картофель

На рынок поступает только около 25% выращенного картофеля. Низкий уровень товарности объясняется тем, что свыше 30% валового сбора используется на семена. Кроме того, из-за биологических особенностей картофеля в урожае неизбежно наличие мелких и нестандартных клубней в объеме 20-30% валового сбора, как показывает практика, эта часть расходуется на корм скоту. В хозяйствах населения картофель используется в основном для самообеспечения продовольствием [1, с. 187].

Реализация картофеля хозяйствами всех категорий составила 7,6 млн. т, это на 1% больше уровня предыдущего года, уровень товарности картофеля составил 25,2%. Коллективными сельскохозяйственными организациями было реализовано 2,3 млн. т картофеля, уровень товарности составил 68,8%.

Динамика цен на картофель в 2013 г. в целом была традиционной и складывалась под влиянием сезонности производства и импортных поставок.

Несмотря на то, что направление изменения потребительских цен на картофель в 2013 г. соответствовало предыдущему году, уровень их изменения был существенно выше как на пике, так и в конце года. Частично это можно объяснить снижением объема реализации отечественного картофеля, особенно в сельскохозяйственных организациях, а также некоторым повышением цен на импортный картофель [3].

В Ярославской области отрасль растениеводства в основном является дополнительной, так как направлена на обеспечение кормами отрасли животноводства. Лишь в нескольких муниципальных районах развито производство товарной продукции растениеводства. Выращиванием картофеля в значительных объемах занимаются Ярославский и Рыбинский муниципальные районы, расположенные непосредственно рядом с рынками сбыта продукции.

Лучшим хозяйством в Ярославской области по агротехнике и стабильно высоким урожаям картофеля является ООО племзавод «Родина» Ярославского муниципального района. Выращивание картофеля осуществляется при использовании современной техники и оборудования. Основные показатели производства картофеля представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели производства картофеля в ООО племзавод «Родина»

Показатели	Годы			2013 г. в % к 2011 г.
	2011	2012	2013	
Площадь посадки, га	110	100	100	90,91
Валовой сбор, ц	38610	36600	32200	83,40
Урожайность, ц/га	351	366	322	91,74
Реализовано, ц	17960	28940	45 080	251,00
Уровень товарности, %	46,52	79,07	140,00	93,48

Анализ данных таблицы, показал, что среднее значение площади посадки картофеля за 3 года составило 103,3 га. Производство картофеля в течение трех лет имеет тенденцию снижения, но объем реализации не уменьшается. Это связано с переходящими остатками из одного года в другой, а также изменением уровня товарности. Средняя урожайность картофеля за анализируемый период составляет 346 ц/га.

Одним из важнейших показателей деятельности сельскохозяйственных предприятий является себестоимость, так как она отражает не только затра-

ты, но и степень использования средств производства, трудовых и финансовых ресурсов.

Производственная себестоимость 1 ц картофеля в динамике за 3 года представлена на рисунке 2.

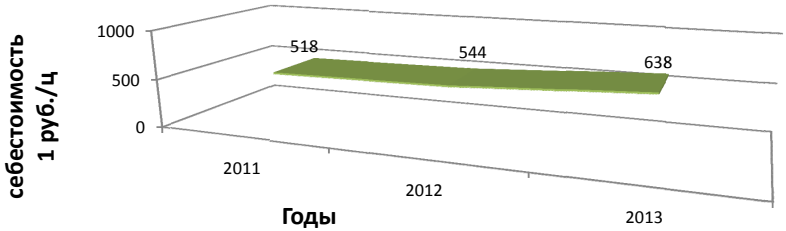

Рисунок 2 – Производственная себестоимость 1 ц картофеля в ООО племзавод «Родина», руб.

На рисунке 2 видна тенденция роста производственной себестоимости картофеля в течение всего анализируемого периода. Производственная себестоимость 1 ц картофеля в 2013 году составляет 638 руб., это почти на 19% выше, чем в 2011 году. Увеличение себестоимости продукции обусловлено увеличением затрат на удобрения, средства защиты, семена, а также расходов на содержание основных средств и на оплату труда.

ООО племзавод «Родина» реализует картофель в различные хозяйства, школы и больницы, а также индивидуальным предпринимателям. Наиболее крупные поставки картофеля производятся в СПК «Бурмакино Агро» (200 тонн в год) и ИП Коримова (100 тонн в год). В 2013 году цена реализации за 1 центнер картофеля составила 791,3 рублей.

В условиях рыночной экономики руководству предприятия необходимо помнить о проведении комплексной оценки конкурентоспособности продукции с целью своевременного реагирования на выявленную ситуацию. Один из методов проведения данного анализа – многомерное сравнение. Для оценки конкурентоспособности нами были выбраны следующие показатели: себестоимость, затраты труда, количество реализованной продукции, цена реализации.

В ходе проведения многомерного анализа тремя способами: суммой мест, суммой баллов и средних рейтингов – выяснилось, что ООО племзавод «Родина» практически по всем показателям находится на первых позициях. По сумме баллов и среднему рейтингу предприятие занимает 3 место, уступая СПК «Красное» и ЗАО племзавод «Ярославка». По количеству реализованной продукции ООО племзавод «Родина» лидирует по сравнению с другими хозяйствами Ярославского района. Руководству данного предприятия

необходимо стремиться к снижению себестоимости продукции и затрат труда, что позволит варьировать ценой реализации в зависимости от спроса, а также повысит конкурентоспособность хозяйства.

Для анализа соотношения объема продаж, себестоимости и прибыли нами был использован маржинальный анализ.

Таблица 2 – Маржинальный анализ производства и реализации картофеля в ООО племзавод «Родина»

Показатели	2011 год	2012 год	2013 год	Отклонение, (+/-)
Денежная выручка, тыс. руб.	18028,83	14545,24	35673,39	17644,56
Затраты переменные, всего, тыс. руб.	5440,97	8392,60	16049,19	10608,22
Валовые затраты, тыс. руб.	9301,73	15743,36	28762,32	19460,59
Маржинальный доход, тыс. руб.	12587,86	6152,64	19624,19	7036,34
Удельный вес маржинального дохода на 1 ц	0,70	0,21	0,44	-0,27
Прибыль, тыс. руб.	6338,82	-6083,19	2329,39	-4009,43
Норма маржинального дохода	0,70	0,42	0,55	-0,15
Точка безубыточности, ц	5,51	34,58	29,21	23,70
Точка безубыточности, тыс. руб.	5529,53	17377,67	23110,26	17580,73
Сила операционного рычага	1,99	-1,01	8,42	6,44
Зона безопасности, тыс. руб.	12499,30	-2832,42	12563,13	63,83
Зона безопасности, %	69,33	-19,47	35,22	-34,11
Уровень рентабельности производства, %	54,22	-29,49	6,99	-47,24
Уровень рентабельности продаж, %	35,16	-41,82	6,53	-28,63

В ходе проведения маржинального анализа производства и реализации картофеля за 3 года, видно, что в 2013 году финансово-хозяйственная деятельность предприятия менее эффективна по сравнению с 2011 годом. Это подтверждается следующими показателями:

- валовые затраты в 2013 году увеличились на 19460,59 тыс. рублей;
- денежная выручка возросла на 17644,56 тыс. рублей, в связи с увеличением объема реализованной продукции;
- показатели эффективности предприятия, такие как прибыль, уровень рентабельности производства и продаж снизились;
- сила операционного рычага резко возросла на 6,44 п. и составила 8,24 п., следовательно, производственные риски увеличились;
- зона безопасности, выраженная в процентах, снизилась, что также свидетельствует о менее эффективном ведении хозяйственной деятельности анализируемого предприятия.

Таким образом, нами был проведен CVP-анализ, по результатам которого выяснилось, что в ООО племзавод «Родина» наблюдается снижение эф-

фективности хозяйственной деятельности предприятия. В связи с этим возникает необходимость провести анализ внутренней и внешней среды и пересмотреть стратегию хозяйства. Для этого был применен SWOT-анализ относительно производства и реализации картофеля (таблица 3).

Таблица 3 – Матрица SWOT-анализ для ООО племзавод «Родина»

	Возможности	**Угрозы**
SWOT-анализ	1. Государственная поддержка и регулирование; 2. Возможность использования привлеченных и заемных средств; 3. Востребованность данного продукта на продовольственном рынке; 4. Автоматизация/механизации производства; 5. Расширение объемов продаж путем выхода на новые рынки; 6. При создании новинок возможность внедрения наружной рекламы и рекламы по телевидению, с целью повышения осведомленности потребителей и стимулирования спроса. 7. Высокое качество продукции; 8. Доступные цены.	1. Диспаритет цен; 2. Рост процентной ставки по кредитам и займам; 3. Увеличение цен на энергоресурсы; 4. Нестабильность экономического и политического положения страны; 5. Приход более сильных конкурентов; 6. Непредсказуемость природно-климатических условий.
Сильные стороны	**Поле «СИВ» – развитие**	**Поле «СИУ» – компенсация угроз**
1. Большой опыт предприятия в данной сфере; 2. Стабильно высокие урожаи; 3. Налаженная система сбыта; 4. Наличие энергосберегающего хранилища; 5. Современная техника; 6. Наличие собственных денежных средств для поддержания и развития отрасли картофелеводства в хозяйстве.	*Опыт предприятия в отрасли картофелеводства дает возможность для использования привлечённых и заемных средств; *Высокие урожаи картофеля и налаженная система сбыта дают возможность оставаться на данном рынке, а также имеется перспектива выхода на новые рынки; *Наличие современной техники и энергосберегающего хранилища для картофеля дают возможность для увеличения объема производства качественной продукции по доступным ценам.	*Налаженная система сбыта снижает влияние более сильных конкурентов; *Адаптированность предприятия к условиям сельского хозяйства снижает угрозу диспаритета цен и нестабильности экономического и политического положения страны; *Получение стабильно высоких результатов свидетельствует о приспособлении предприятия к нестабильным природно-климатическим условиям; *Наличие энергосберегающего хранилища и современной техники позволяет рационально использовать энергоресурсы; *Наличие собственных денежных средств позволяет не использовать заемные и кредитные ресурсы под проценты.
Слабые стороны	**Поле «СЛВ» – изменение слабых сторон предприятия под влиянием возможностей**	**Поле «СЛУ» – проблемы**
1. Отсутствие функциональной стратегии; 2. Отсутствие новинок-товаров, отличающихся от товаров конкурентов	Государственная поддержка и востребованность данного вида продукта на рынке товаров влечет за собой необходимость разработки стратегии, а также предоставляется возможность для организации производства товара-новинки.	При имеющихся возможностях предприятие не занимается производством и реализацией товаров-новинок, что снижает конкурентоспособность хозяйства и не позволяет ему получать дополнительную прибыль.

При оценке стратегического положения картофелеводства выяснилось, что для развития данной товарной отрасли на предприятии необходимо при-

менять стратегию диверсификации, так как её внедрение более целесообразно при узких рамках развития текущего производства, появлении новых возможностей и при наличии необходимых ресурсов.

Литература

1. Минаков, И.А. Экономика агропродовольственного рынка [Текст]: учеб. пособие / под ред. И.А. Минакова. – М.: ИНФА – М., 2014. – 232 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-009054-2.

2. Отчеты о финансово-экономическом состоянии ООО племзавод «Родина» за 2011-2013 годы.

3. Симаков, Е.А. Картофель России: ресурсы и ситуация на рынке [Электронный ресурс] / Е.А. Симаков, Б.В. Анисимов, В.С. Чугунов, О.Н. Шатилова // Картофель и овощи: электронный журнал. – Режим доступа: http://potatoveg.ru/kartofelevodstvo/kartofel-rossii-resursy-i-situaciya-na-rynke.html.

УДК 74.58+88.52

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ ПЕДАГОГА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ КАК КОМПОНЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ

д.п.н., профессор М.А. Ковальчук
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Изменения, произошедшие в России в 90-е годы, привели не только к экономическим преобразованиям нашего общества, но вызвали и серьезные социальные перемены. Изменились условия формирования и развития человека, изменился и сам человек, его жизненные ориентиры, усваиваемые им нормы и культурные ценности, что естественно вызвало повышенный интерес ученых к проблеме реформирования всех уровней и ступеней образования.

В условиях продолжающегося реформирования системы образования задачей становится подготовка специалистов нового уровня, в соответствии с изменившимися требованиями рынка труда.

Главной чертой новой парадигмы образования становится переход от концепции приобретения знаний, умений и навыков, необходимых для деятельности в определенных типовых стандартных условиях, заданных квалификационной характеристикой к концепции личностно ориентированного образования. Она предполагает достижение такого уровня профессиональной компетентности, который позволит эффективно действовать в любых условиях, гарантирует приоритетное развитие интеллекта на основе синтеза принципов фундаментальности, индивидуализации, прикладной направленности образования, запуск механизмов саморазвития личности, актуализации творче-

ских способностей, создание условий для профессиональной и жизненной самореализации. В данной ситуации развития системы высшего образования важным вопросом является проблема психологического здоровья педагога, которое можно рассматривать как компонент его профессиональной самореализации.

Профессиональная самореализация – непрерывный процесс развития потенциалов человека в деятельности на протяжении всего жизненного пути. Как процесс самореализация представляет собой поиск своего способа жизнедеятельности, в профессиональной сфере – это поиск своей линии и индивидуальных особенностей в профессиональной деятельности. Критериями самореализации являются:

- организационный (характер целей, мотивов, ценностных ориентаций, осознанность уровня достижений);

- деятельностно-творческий (преобладающие средства реализации профессиональной деятельности, профессиональная компетентность, профессиональная направленность, самоконтроль, умение творчески решать профессиональные задачи);

- субъективно-личностный (уровень сформированности личностных качеств);

- результативно-профессиональный (уровень результативности профессиональной деятельности).

Под психологическим здоровьем мы понимаем способность организма сохранять и активизировать компенсаторные, защитные, регуляторные механизмы, обеспечивающие работоспособность, эффективность деятельности и развитие личности работника. Основу психологического здоровья составляет здоровье психическое как мера способности работника выступать активным и автономным субъектом собственной жизнедеятельности в изменяющемся мире. Сохранить психологическое здоровье в процессе профессиональной деятельности означает запустить новые продуктивные механизмы, обеспечивающие формирование способности к собственному развитию, к созданию мотивов и интересов быть здоровым.

Психологическое здоровье является основой компетентности работника и условием прогрессивного профессионального развития.

Понятие компетентности появилось в европейской юриспруденции в 16 веке и означало право на доходы. В 17 веке этот термин присутствовал в лексиконе юристов как свидетельство права специалиста представлять интересы клиента в силу наличия у него основных знаний по конкретному вопросу и способности грамотно действовать в ситуации спора.

В 19-20 века понятие компетентности появляется в биологии и сущность его рассматривается как защита объекта от внешних воздействий, своевременная адекватная реакция на изменения, происходящие во внешней среде.

В 20 веке компетентность рассматривается как выученная способность к собственным ответственным действиям, как осведомленность в определен-

ной области, как сплав знаний и умений, отличающихся широтой и глубиной, помогающий личности успешно решать различные задачи.

На сегодняшний день под компетентностью понимается осведомленность человека, основательность его знаний, хорошая предметная ориентированность, высокий уровень грамотности в конкретной сфере, способность решать проблемы и готовность к правильным действиям.

Компетенции – более узкое понятие по сравнению с компетентностью.

Компетенция – это основная характеристика личности, обладатель которой способен добиться в работе высоких результатов. В модель компетенции включаются: знания; навыки; мотивы; личностные качества.

Профессиональная компетентность отражает отношение человека в системе «человек – рынок труда», «человек – профессия» и является сплавом знаний, умений и действий, ориентированных на профессиональную среду и разнообразные ситуации, возникающие в процессе профессиональной деятельности.

Общее понятие профессиональной компетентности может быть представлено следующим образом – это способность, состоятельность, правомочность, предназначенная для выполнения конкретных функций или решения задач, или как способность и готовность человека к действиям, обладание личностью в необходимом объеме специальными знаниями, умение ими пользоваться в типичных и нестандартных ситуациях, освоенность видов и способов деятельности, которые обеспечивают успешность решения поставленных задач.

В настоящее время Европейским сообществом в профессиональном образовании внимание уделяется ключевым компетенциям. Ключевые компетенции – это межкультурные, межотраслевые знания и способности, необходимые для адаптации и продуктивной деятельности в различных профессиональных сообществах. Ключевые компетенции определяют адаптивность и мобильность специалиста, его гибкость и одновременно устойчивость, способность эффективно и результативно осуществлять профессиональную деятельность, а также выполнять различные социальные роли в разных профессиональных и социальных сообществах. На сегодняшний день выделяют основные пять ключевых компетенций: социальная, коммуникативная, информационная, специальная, когнитивная. Социальная компетенция проявляется в гибкости социальной позиции и умении освоить различные социальные роли, навыках толерантного взаимодействия в различных сферах общественной жизни. Коммуникативная компетенция – это уровень информационной грамотности человека, его умения, связанные с овладением различными технологиями и языками, обеспечивающими коммуникацию. Информационная компетенция отражает широту и основательность информационного поля человека, его умение быстро и оперативно получить необходимую информацию. Специальная компетенция есть проявление профессиональных знаний и умений, а также умений давать адекватную оценку результатам своей деятельности. Когнитивная компетенция связана со способностью человека к

непрерывному образованию в течение всей жизни, со стремлением к саморазвитию и самосовершенствованию.

Рассматривая процесс формирования профессиональной компетентности и профессиональных компетенций, можно разработать определенную модель. Модели профессиональной компетентности и компетенций разрабатываются на основании глубокого изучения качеств, свойственных средним и высокопрофессиональным работникам в определенной области. Вследствие этого данные модели отражают качества, свойственные не отдельным людям, а скорее качества, свойственные классу людей в целом. Другими словами, ни один из работников не может обладать всеми качествами, составляющими данную модель, одновременно. Точнее, можно сказать, что свойства профессионализма – это качества, свойственные классу работников определенного уровня в той или иной степени. Данная модель имеет своей целью помочь должностным лицам получить более чёткое представление о мотивах и свойствах, характерных для высокопрофессиональных работников и, используя процесс самоанализа, а также сотрудничество с коллегами и менеджерами, разработать план мероприятий, направленных на усовершенствование качеств, обычно связываемых с высоким уровнем профессионализма. Поскольку данная модель не основывается на качествах, свойственных в полном объеме одному человеку, она не предполагает развития всех свойств профессионализма у каждого сотрудника и не предусматривает, что у всех работников эти свойства будут развиваться в ходе одних и тех же мероприятий. В этом смысле моделирование профессионализма нельзя рассматривать как процесс «тиражирования» высокопрофессиональных работников.

Модели свойств профессионализма основываются на представлении об эффективной профессиональной работе в настоящий момент. В будущем представление о профессионализме может измениться. В большинстве случаев, поскольку модель профессионализма сконцентрирована на основных мотивах и свойствах, эти свойства и мотивация останутся относительно стабильными, если выполняемая работа останется, в сущности, неизменной. Когда предполагаются фундаментальные изменения сущности задания, нужно будет выполнить новое исследование профессионализма. Также целесообразно время от времени пересматривать модели профессионализма, хотя бы для того, чтобы собрать новые примеры высокопроизводительной работы.

В содержание компетентности включаются мотивы, знания, умения, привычки, профессионально важные качества, личностные качества. Можно выделить три уровня компетентности: функционирования, инноваций и ценностей.

Профессиональная компетентность и профессиональные компетенции – категории динамические и развивающиеся, и формирование их осуществляется через реализацию трех основных компонентов: целевого, содержательного и процессуального.

Нарушают и значительно снижают уровень профессиональной и социальной компетентности психические и функциональные состояния человека,

возникающие в процессе профессиональной деятельности и жизнедеятельности в различных сферах. Одним из таких состояний является профессиональная деформация. По мнению доктора психологических наук Орел В.Е., профессиональная деформация имеет сложную динамику проявлений. Первоначально неблагоприятные условия труда вызывают негативные изменения в профессиональной деятельности, которые отражаются в поведении человека. Затем, по мере повторения трудных ситуаций, эти изменения имеют тенденцию к накоплению и сохранению в личности человека и его поведении. Временные негативные изменения перерастают в постоянные. Профессиональная деформация затрагивает различные стороны психики человека: мотивационную, когнитивную, сферу личностных качеств. Профессиональная деформация личностных особенностей также может возникать вследствие чрезмерного развития одной черты, необходимой для успешного овладения профессией.

Еще одно состояние – это психическое выгорание, которое можно рассматривать как синдром, включающий в себя эмоциональное истощение, деперсонализацию и редукцию профессиональных достижений.

Франц Мюллер (Мюнхенский медицинский университет) выделил такое психическое состояние как «трудоголизм», которое возникает вследствие замещения работой других сфер общественной жизни и приводит к патологическому расстройству личности. «Трудоголизм» можно, по мнению Ф. Мюллера, рассматривать как одну из разновидностей невроза навязчивых состояний.

Значительно снижают уровень профессиональной и социальной компетентности также утомление, стрессовые и депрессивные состояния.

Проблема формирования компетентности человека в профессиональной сфере, политической и социальной области жизнедеятельности, в сфере, касающейся жизни в многокультурном, информационном обществе, обществе, в котором основной стратегией образования становится стратегия обучения в течение всей жизни, тесно связана с реализацией личностно ориентированной парадигмы образования, которая в отличие от знаниевой парадигмы, ориентирована на подготовку не специалиста, а на подготовку профессионала, человека, который является социально и профессионально компетентным работником, с выраженными профессионально важными качествами и компетенцией, отличающейся индивидуальным стилем деятельности, таким образом, отвечающий современным потребностям экономики.

Таким образом, психологическое здоровье работающего человека, являясь компонентом его самореализации, способствует формированию компетентности в той сфере деятельности, которой человек занимается, безусловно данный тезис касается и педагогической деятельности и ее субъектов, не исключая педагогов высшей школы. Но не всегда человек задумывается над вопросом сохранения своего психологического здоровья. Анализируя данную проблему, мы пришли к идее «жизненного поля» человека. Жизненное поле человека – это его деятельностное пространство, представленное

различными сферами: досуговой, семейной, профессиональной, коммуникационной, сферой реализации интересов и т.д. Чем больше сфер включено в жизненное поле человека, тем больше у него возможности получения социально-одобряемых нормативных образцов поведения и альтернатив для рефлексивного анализа. Ограниченность жизненного поля одной-двумя сферами сужает информационное пространство, способствуя формированию собственной системы представлений, не всегда совпадающей с общепринятой, а главное – формируется собственное восприятие критериев самореализации в различных жизненных сферах, включая профессиональную. Личность, ограниченная узким жизненным полем, ищет свой нормативно-ценностный ориентир без опоры на систему альтернативных вариантов, что, безусловно, нарушает психологическое здоровье человека.

Литература

1. Общая и профессиональная педагогика [Текст] / под ред. В.Д. Симоненко. – М.: Издательский центр «Вентана-Граф», 2006.

2. Ковальчук, М.А. Девиантное поведение: профилактика, коррекция, реабилитация [Текст] / М.А. Ковальчук, Ю.И. Тарханова. М.: Изд-во ВЛАДОС, 2014.

3. Проблема нормы как критерия девиантного поведения молодежи. / Киров, Современные научные исследования. Выпуск 2. – 2014. – ART 546119 (Электронная версия печати).

УДК 330.341

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

к.э.н. И.П. Кудинова
(Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина)

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность предпринимательства, социальная ответственность предприятия, инновационное развитие экономики, современная экономика.

В статье определена социально-экономическая сущность корпоративной социальной ответственности. Приведены признаки инновационно-экономического развития государства.

Интересы Украины на национальном и государственном уровне требуют решения стратегических проблем развития нашей страны через различные задачи и вопросы, связанные с жесткой конкурентной борьбой, которая

уже сегодня происходит на внутреннем и внешнем рынках между отечественными и иностранными производителями товаров и услуг, которые стали заметными в конкуренции больших и малых предприятий, компаний, организаций в экономических, технических, социальных сферах, которые борются за свое место в современной инновационной экономике путем устойчивого развития и социально ответственного предпринимательства.

На сегодняшний день устойчивое экономическое развитие определяется не фактором наличии сырья или рынков сбыта, а возможностью для предприятий приобщиться к рынку высококвалифицированных трудовых ресурсов, научных изобретений и новейших технологий, который невозможен без становления инновационной модели развития и принципов корпоративной социальной ответственности, которые работают в таком круговороте «образование – научные исследования и разработки – производство товаров и услуг – этика, бизнес – современный рынок» [2].

Целью статьи является определение влияния корпоративной социальной ответственности предприятий на инновационное развитие современной экономики Украины.

Улучшение дел в экономике, повышение уровня жизни населения невозможны без активной хозяйственной деятельности, без развития мировоззрения и системы ценностей, которые побудили бы человека проявлять инициативу, ответственность и самостоятельность. Важное место в системе базовых ценностей инновационного рыночного мировоззрения принадлежит именно социально-ответственному предпринимательству. Ведь именно осознание своей миссии предпринимателя в рыночной трансформации экономики позволяет усилить потенциал предпринимательского сектора, довести его общественную значимость.

Самостоятельность хозяйствования, инициативный, творческий, морально ответственный подход к делу вызывает необходимость решения целого ряда проблем. Они связаны с инновационным поиском рыночных возможностей, маркетинговыми исследованиями, управлением финансами, использованием ресурсов, привлечением инвестиций и ведением социально-ответственного бизнеса.

Ориентация Украины на инновационное развитие экономики, без которого невозможна успешная интеграция Украины в мировую экономическую систему, ставит перед отечественными компаниями новые задачи, важность которых связана именно с социальной ответственностью, то есть на государственном уровне – ответственность перед обществом и отдельно перед каждым гражданином и на предпринимательском уровне – ответственность перед самим государством, своим коллективом и потребительским сектором экономики.

С точки зрения известного экономиста М. Фридмена, социальная ответственность предприятия заключается в росте и максимизации прибыли [6].

По другому определению, социальная ответственность предприятия – это способ управления бизнес-процессами с целью обеспечения положительного влияния на общество [1].

Согласно подходу Всемирного Совета Компаний по устойчивому развитию, социальная ответственность предприятия – это долгосрочное обязательство компаний вести этически и способствовать экономическому развитию, одновременно улучшая качество жизни работников и окружающего общества.

Организация «Бизнес за социальную ответственность» определяет корпоративную социальную ответственность как «такое ведение бизнеса, удовлетворяет или превышает этические, юридические, коммерческие и общественные ожидания, которые общество связывает с бизнесом». Это определение несколько шире, поскольку охватывает принятие деловых решений, которые отражают «этические ценности, юридические требования, а также уважение к людям, общине и окружающей среде» [4].

Поэтому можно сказать, что корпоративная социальная ответственность (КСО) – это свободный выбор в пользу обязательства повышать благосостояние общества через соответствующие подходы к ведению бизнеса, а также предоставление корпоративных ресурсов.

Основная цель корпоративной социальной ответственности – достижение целей устойчивого развития общества, под которыми понимается удовлетворение потребностей нынешнего поколения, без создания угроз для удовлетворения потребностей будущих поколений.

Успешная политика корпоративной социальной ответственности учитывает интересы и способствует повышению качества жизни основных заинтересованных сторон компаний, к которым относятся сотрудники, акционеры, инвесторы, органы государственной власти, клиенты, деловые партнеры, профессиональные сообщества, общество в целом и т. д. При этом компаниям необходимо развивать постоянное взаимодействие с заинтересованными сторонами с целью учета их мнений и ожиданий в процессе принятия и реализации решений.

Проведение процесса внедрения принципов КСО в деятельность компаний должно осуществляться на системной основе и быть интегрированным во все бизнес-процессы. При принятии решений компаниям необходимо учитывать не только экономические, но также социальные и экологические факторы, что позволит им управлять влиянием своей деятельности на общество и окружающую среду и быть подотчетным за него. При этом компаниям важно понимать, что КСО не является необязательным дополнением к их основной деятельности и не ограничивается филантропией.

Стадии внедрения принципов КСО в систему компании показаны в таблице 1 [7, с. 52].

Но вместе с этим, социально-экономические факторы не менее важны для инновационного развития. Так, по данным исследования украинского бизнеса ООН, в среднем 49,1% предприятий вообще не отслеживают соци-

альные последствия инновационного развития, иногда это делают 29,4% предприятий и лишь 5,3% используют для оценки четкие показатели [5].

Таблица 1 – Стадии развития КСО в компании

Гражданская стадия	Компания прилагает усилия для продвижения принципов КСО в деловом сообществе
Стратегическая стадия	Компания интегрирует КСО в стратегию своего развития, ориентируясь при этом на долгосрочную перспективу
Функциональная стадия	Компания принимает на себя некоторые добровольные обязательства в области КСО, приносящие позитивный эффект в краткосрочной и среднесрочной перспективе
Правовая стадия	Компания ведет свою деятельность в соответствии с ожиданиями общества, зафиксированными на законодательном уровне
Оборонительная стадия	Компания не признает своей ответственности и отрицает вину за негативные воздействия своей деятельности на состояние окружающей среды и общество

До недавнего времени расходы, связанные с корпоративной социальной ответственностью, могли себе позволить только крупные транснациональные компании, но в связи с повышением требований к предприятию – к косвенной ответственности за своих поставщиков и используемые ими ресурсы, как со стороны законодательства, так и с позиций стандартизации и сертификации – малые предприятия также вынуждены интегрировать в свою систему менеджмента принципы КСО, чтобы удержаться на конкурентном рынке.

В Украине ключевой проблемой регулирования КСО является внедрение и выполнение требований действующего законодательства, связанного с КСО. Если законы не работают на практике (неудовлетворительное финансирование, неравномерность распределения расходов и т.д.), весь процесс законодательного регулирования не достигнет поставленных целей и стратегий развития. Справедливо утверждение, что в Украине некоторые требования даже жестче чем в ЕС и зафиксированы в законодательстве, но, к сожалению, они не действуют на практике.

Украине нужно было бы сделать разработки основных законодательных положений формирования украинских интегрированных корпоративных структур и порядка применения их инновационно-инвестиционного потенциала.

В ходе анализа современной практики внедрения принципов КСО на предприятиях в Украине, было обнаружено значительное разнообразие мето-

дик по разработке и применении программ, включающих социальную ответственность. На украинском рынке действует примерно 63 предприятия, которые называют себя социально ответственными, и их количество постоянно увеличивается [3].

Будущее социальной ответственности бизнеса в Украине зависит от важности социальных вопросов для компаний. Усиление роли государства в инновационной сфере украинской экономики должно быть нацелено на повышение эффективности государственной инвестиционной политики при стимулировании корпоративных инвестиций. Только за счет использования мощностей, которые сегодня простаивают, можно обеспечить рост промышленно-технического производства. Нам нужно принимать во внимание опыт иностранных компаний, однако не забывать и о собственных исторических традициях с целью повышения эффективности программ и процессов внутри предприятия, именно тогда, когда корпоративная социальная ответственность найдет положительный отклик среди крупных предприятий, можно будет говорить о постепенном развитии концепции социальной ответственности в отечественных реалиях и рассматривать этот процесс механизмов как становление национальной инновационной модели экономики, которая бы обеспечивала учет и реализацию интересов больших корпоративно-ответственных структур, государства и потребителей.

Литература

1. Воробей, В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Текст] / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10.

2. Гриджук, І. Інноваційна складова стійкого розвитку економіки регіонів [Текст] / І. Гриджук // Теорії мікро-макроекономіки: збірник наукових праць. – Випуск 29. – К.: Академія муніципального управління, 2008. – С. 239-240.

3. Довідник соціально-відповідальних компаній України [Текст]. – К.: К.І.С., 2007. – 170 с.

4. Котлер, Ф. Корпоративна соціальна відповідальність [Текст] / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з анг. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – С. 4.

5. Стародубська, М. Ефективність соціальних проектів потрібно виміряти [Текст] / М. Стародубська // Новий маркетинг. – 2006. – № 8. – С. 36-42.

6. Friedman, M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit [Text] / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – September, 13. – P. 122-126.

7. Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to sustainable development [Electronic resource]. – Brussels, 2006. – Mode of access: http: // eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri COM:2002:0347:FIN:en:PDF.

УДК 347.1

КОРПОРАТИВНЫЙ ДОГОВОР В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОГО ПРАВА

к.и.н., ст. преподаватель С.А. Михайлов
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Новая редакция Гражданского Кодекса РФ, вступившая в силу с 1 сентября 2014 года, предоставляет участникам хозяйственных обществ один из инструментов для эффективного осуществления своих прав – корпоративный договор. Однако прежде чем заключать такие договоры, участникам ООО и акционерам АО следует изучить связанные с такими нововведениями риски, поскольку законодательные положения имеют некоторые пробелы, позволяющие на практике толковать их различным образом.

Термин «корпоративный договор» введен в российское законодательство впервые и является общим (родовым) понятием для договоров, заключаемых между участниками хозяйственных обществ: договора об осуществлении прав участников обществ с ограниченной ответственностью и акционерного соглашения.

Согласно ч. 1 ст. 67.2 ГК РФ, корпоративный договор – это договор об осуществлении своих корпоративных прав участниками хозяйственных обществ.

Корпоративный договор может быть заключен только участниками хозяйственных обществ (акционерных обществ и обществ с ограниченной ответственностью). Возможность заключения подобного договора участниками товариществ, а равно иных корпоративных юридических лиц, ГК РФ не предусмотрена.

В то же время Закон допускает возможность заключения договора любыми третьими лицами, включая кредиторов общества, в целях обеспечения законных интересов таких лиц (п. 9 ст. 67.2 ГК РФ).

Формулировка данного положения приводит к заключению о том, что законодатель формально не признает такой договор в качестве корпоративного. Однако в связи с тем, что в силу прямого указания в ГК РФ к договору будут применяться правила о корпоративном договоре, возникает некоторое противоречие. С одной стороны, договор с третьими лицами не является корпоративным договором, а с другой – регулируется точно так же, то есть фактически представляет собой квазикорпоративный договор (по мнению, в частности, таких ученых, как А. Самойлова, Р. Костаняна, Е. Молосновой и др.).

Поскольку участниками квазикорпоративных договоров могут быть любые лица, можно предположить, что и само хозяйственное общество также может быть стороной этого договора. Однако, на наш взгляд, такая модель не будет иметь какой-либо практической ценности. Во-первых, обязанность участников осуществлять права в обеспечение «охраняемого законом интереса» дочернего общества и так объявляется. Во-вторых, хозяйственное

общество не может быть активным участником такого договора, так как оно не обладает и не может обладать правом голоса на общем собрании участников, даже если владеет своими акциями или долями (п. 3 ст. 72 Закона об АО, п. 1 ст. 24 Закона об ООО), и не вправе давать какие-либо указания своим участникам (акционерам) голосовать определенным образом в силу прямого запрета согласно п. 2 ст. 67.2 ГК РФ.

Следовательно, конструкция, включающая само хозяйственное общество, не будет иметь каких-либо достоинств. Зато в силу такого участия положения квазикорпоративного договора могут стать известны третьим лицам (иным акционерам, контрагентам общества, аудиторам), причем в гораздо большем объеме, чем это предусмотрено в Законе (п. 4 ст. 67.2 ГК РФ).

Примерный перечень условий корпоративных договоров указан в п. 1 ст. 67.2 ГК РФ и включает в себя, например, осуществление корпоративных прав участниками общества определенным образом или отказ от их осуществления: голосовать определенным образом на общем собрании, приобретать (отчуждать) акции (доли) по определенной цене или при наступлении определенных обстоятельств либо воздерживаться от подобных действий.

Стороны договора могут включить в него по своему усмотрению и иные положения и условия, например, обязанность проголосовать на общем собрании участников общества за включение в устав общества положений, определяющих структуру органов управления общества и их компетенцию.

В данном случае речь идет не об определении перечня органов управления в корпоративном договоре, а лишь о возможности изменить действующую в обществе структуру путем внесения соответствующих изменений в устав. Получается, что если участники хозяйственного общества, являющиеся сторонами корпоративного договора, не смогут обеспечить количество голосов, достаточное для внесения соответствующих изменений в устав, общество будет продолжать свою деятельность с действующей структурой органов управления. Если же изменения будут внесены, структура органов общества и их компетенция будет уточнена, но все равно будет основываться на положениях устава с учетом изменений, а не на положениях корпоративного договора.

Закон, как и соответствующие положения корпоративного права, предусматривает простую письменную форму корпоративного договора и полную конфиденциальность его содержания.

Несмотря на конфиденциальный характер положений корпоративного договора, Закон все же обязывает участников уведомить общество о самом факте заключения ими корпоративного договора (п. 4 ст. 67.2 ГК РФ). Примечательно, что данное положение не предусматривает срок, в течение которого в адрес общества должно быть направлено уведомление. В настоящее время такой срок предусмотрен только в отношении публичных обществ и составляет пять дней (п. 5 ст. 32.1 Закона об АО).

Из положений ст. 67.2 ГК РФ нельзя сделать вывод, обязаны ли стороны корпоративного договора уведомлять об изменениях, вносимых в дого-

вор. Представляется, что если изменения касаются условий корпоративного договора по существу, такое уведомление не требуется, поскольку по смыслу положений ГК РФ уведомление о заключении договора не предполагает раскрытия его содержания. Вместе с тем неясно, потребуется ли уведомить общество в случае изменения субъектного состава участников договора. На наш взгляд, если такое изменение будет связано с вступлением в договор еще одного участника, то на этот вопрос стоит ответить утвердительно, ведь на участнике лежит обязанность по уведомлению. Если же кто-либо из участников общества перестает быть стороной корпоративного договора, то формально Закон не обязывает его уведомлять об этом общество. Однако в случае такого неуведомления общество не будет обладать достоверной информацией.

Закон также предусматривает ответственность за неуведомление общества о заключении корпоративного договора в виде взыскания другими участниками общества, не являющимися стороной корпоративного договора, убытков (п. 4 ст. 67.2 ГК РФ). На наш взгляд, эту норму очень сложно применить на практике, поскольку непонятно, как будет устанавливаться размер причиненных убытков, а также причинно-следственная связь между бездействием стороны корпоративного договора и причиненными участнику (акционеру) убытками.

Статья 67.2 ГК РФ напрямую не предусматривает включение в корпоративный договор мер ответственности за неисполнение обязательств, вытекающих из корпоративного договора. Однако в силу принципа свободы договора стороны вправе предусмотреть любые меры ответственности за неисполнение обязательств участников договора. Более того, п. 7 ст. 32.1 Закона об АО прямо предусматривает возможность включить в акционерное соглашение такие меры гражданско-правовой ответственности, как взыскание убытков, неустойки (штрафа, пеней), выплаты компенсации.

Так, стороны корпоративного договора вправе предусмотреть обязанность стороны, нарушившей корпоративный договор, выплатить неустойку, которая, заметим, может быть уменьшена судом по собственной инициативе в соответствии со ст. 333 ГК РФ. Однако в отношении возможности уменьшения размера компенсации по ст. 333 ГК РФ имеется неясность. С одной стороны, компенсация указана в п. 7 ст. 32.1 Закона об АО в качестве еще одной (самостоятельной) меры ответственности, отличной от неустойки, и, следовательно, размер этой компенсации не подлежит уменьшению судом согласно ст. 333 ГК РФ, которая касается неустойки. Однако, на наш взгляд, такой вывод не соответствует природе компенсации, которая определена как «твердая денежная сумма, или сумма, подлежащая определению в порядке, указанном в акционерном соглашении» (п. 7 ст. 32.1 Закона об АО). Значит, понятие компенсации полностью охватывается понятием неустойки как определенной договором денежной суммы, подлежащей уплате за неисполнение (ненадлежащее исполнение) обязательства (ст. 330 ГК РФ).

В случае предъявления участником общества требования о взыскании убытков, понесенных им в результате нарушения корпоративного договора,

также возникает ряд проблем. Огромна вероятность того, что суд может отказать в удовлетворении требования о взыскании убытков со ссылкой на недоказанность размера убытков, а также причинно-следственной связи между действиями стороны, нарушившей корпоративный договор, и понесенными убытками, например, если участником общества было допущено нарушение условий корпоративного договора, не связанных с одобрением сделок, заключаемых обществом, поскольку при таких обстоятельствах весьма сложно будет доказать, что ухудшение имущественного положения потерпевшей стороны возникло именно в результате действий участника, нарушившего корпоративный договор.

Таким образом, корпоративный договор является очень важной, хотя и противоречивой составной частью гражданских правоотношений, которая требует дальнейшей доработки в законодательстве.

Литература

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (Официальный текст) [Текст]: федеральный закон. Ч.1 // Российская газета. – 1994. – 8 декабря. – № 238-239.

2. Федеральный Закон РФ от 5.05.2014 г. «О внесении изменений в главу 4 части первой Гражданского Кодекса Российской Федерации и о признании утратившими силу отдельных положений законодательства Российской Федерации [Текст] // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2014. – № 19.

3. Касьянова, Г. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Комментарий к последним изменениям [Текст] / Г. Касьянова. – М: АБАК, 2015. – 768 с.

УДК 338.48.11

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА СЕЛЕ

к.э.н., доцент С.И. Мосиюк
(Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина);
к.э.н. И.Ф. Мосиюк
(Национальный университет пищевых технологий, Киев, Украина)

Ключевые слова: агротуризм, экотуризм, сельский зеленый туризм, безработица, сфера услуг.

Раскрыта основа определения сельского зеленого туризма и проанализированы пути преодоления безработицы на селе.

В современном мире наблюдается переориентация туристического спроса от обычного отдыха, поездок (солнце, море, песок ...) к более содержательным и познавательным путешествиям (традиции, досуг ...), то есть увеличивается потребность в путешествиях в сельскую местность, где городского туриста везде окружает «экзотика»: аграрные и сельские пейзажи, традиционный сельский образ жизни, домашние животные, экологически чистые продукты и тому подобное.

Главной движущей силой развития сельского зеленого туризма является быстро растущий спрос на рекреацию на природе, который определяется увеличением несоответствия среды современного человека его физиологическим и психологическим потребностям. Увеличение спроса на сельский отдых возрастает вследствие уменьшения рабочего времени, увеличение количества платных отпусков, рост уровня образования, развития транспортной сети (железнодорожной, автодорожной, воздушной, морского транспорта) и одной из основных причин данного явления является «спасение» от стрессового воздействия развитых крупных городов.

Большое внимание развитию сельского зеленого туризма в Украине уделили В.П. Васильев, П.А. Горишевский, Ю.В. Зинько, О.О. Гундяк, М.А. Петришин. Однако тематика исследований в области развития сельского туризма остается еще недостаточно изученной и раскрытой, что дает большие возможности для ученых по применению своих знаний и возможностей в освещении этого направления туристического бизнеса.

Трудом создается около двух третей предметов потребления человека и почти пятая часть национального дохода Украины. Поэтому разработка организационно-экономических мероприятий по ее высокоэффективному использованию в аграрной сфере в новых условиях приобретает особое значение, что подтверждает актуальность данного направления исследования.

Украинское село имеет богатейшее историко-архитектурное наследие, культуру, уникальный быт, самой природой дарованные живописные ландшафты, а также наделено богатыми лечебно-рекреационными ресурсами. Богатые села – с индивидуальным жилищным фондом и хорошими и трудолюбивыми людьми. Вместе с тем острой проблемой для многих сел является нехватка рабочих мест, растущий избыток рабочей силы, освобождающейся из сельскохозяйственного производства. Учитывая отсутствие нужных капиталовложений на создание новых рабочих мест, больше внимания следует уделять отраслям, которые не требуют для своего развития больших средств. К таким отраслям относится и сельский зеленый туризм.

Преимуществами такого вида туризма является сельский ландшафт, чистый воздух, природа, знакомство с культурными традициями и обрядами и тому подобное. Село дает возможность и для активного отдыха. Это – езда на лошади и велосипеде, сбор ягод, катание на лыжах и т.д. Интересно также присутствие на праздновании религиозных и народных праздников, фестивалях и пр.

С финансовой точки зрения, такой вид отдыха взаимовыгодный как для сельского жителя (есть возможностью заработать на приезжих отдыхающих), так и для приезжих туристов, поскольку это стоит гораздо дешевле обычных курортов и здравниц. Кроме предоставления жилья, хозяева усадьбы также предлагают гостям национальные блюда, выдают на прокат необходимый для активного отдыха инвентарь и снаряжение, а также могут предложить услуги местных «экскурсоводов», которые расскажут о данной местности лучше, чем кто-либо. Таким образом, данный вид туризма способен как можно лучше удовлетворить потребности туриста (отдых) и сельского жителя (заработок). То есть развитие сельского зеленого туризма может решить главную проблему украинского села: снизить безработицу и предоставить здоровый отдых уставшему городском туристу.

Существует три разновидности нынешнего сельского зеленого туризма в Украине:

- агротуризм – вид сельского зеленого туризма как познавательного, так и развлекательного характера, связанный с использованием подсобных хозяйств населения или земель сельскохозяйственных предприятий, временно не используемых в аграрной сфере. Этот вид может не иметь ограничений в нагруженности на территорию и регламентировании видов развлекательного отдыха;

- отдых на селе. Базой его развития является капитальный жилищный фонд на усадьбах хозяев и имеющиеся природные, рекреационные, историко-архитектурные, культурно-бытовые и другие достижения той или иной местности;

- экотуризм – научно-познавательный вид сельского зеленого туризма, характерный для сельских местностей и сел, расположенных в пределах территорий национальных парков, заповедных зон, природных парков и т.д., где предусмотрены соответствующие ограничения нагрузок на территорию и регламентированы виды развлекательного отдыха.

Сельский зеленый туризм – это не только проживание городского жителя в деревне, но и развитие туристической инфраструктуры, которая включает хорошее транспортное сообщение между населенными пунктами, создание мест для проведения досуга, для питания туристов и пр. Люди, принимая туристов на отдых, должны быть хорошо подготовленными, чтобы обеспечить им комфортные условия проживания и досуга.

Развитие сельского зеленого туризма в условиях безработицы сельских жителей может в определенной степени обеспечить рабочие места для них, повысить уровень их занятости. Это становится все более возможным в подольских областях, значительная часть жителей которых находится за рубежом и вкладывает значительные средства в обустройство своих усадеб, в создание магазинов, заведений общественного питания в селах региона. При должной государственной поддержке сельского зеленого туризма в него могут быть направлены внутренние инвестиции сельских жителей и внешние инвестиции работников, находящихся за рубежом.

Развитие сельского зеленого туризма приведет к расширению сферы услуг, в частности торговли, общественного питания, транспорта и связи, производства сувениров в сельской местности. А это станет одним из путей активизации ее социально-экономического развития. Особое внимание должно быть уделено созданию условий для отдыха горожан в небольших селах региона, которые испытывают упадок и находятся на стадии вымирания. Именно в таких поселениях гораздо менее уничтожена природа, чистейшие условия для жизни и отдыха. И в них туризм был бы важным источником поддержания жизни местных жителей и повышения её уровня.

Актуальным сегодня для правовой поддержки сельского туризма является формирование организационно-хозяйственного механизма его функционирования и государственной поддержки в решении следующих вопросов:

- принятие нормативных документов, регулирующих деятельность различных форм сельского туризма;
- осуществление мероприятий по поддержке и продвижению сельского туризма на внутреннем и международном туристическом рынке;
- обеспечение организационной и материальной поддержки со стороны государства нового вида услуг на селе – сельского туризма и агротуризма.

Поэтому с целью развития в сельской местности необходимо совершенствование украинского законодательства в области туризма, предоставления крестьянам льгот в налогообложении, кредитовании и страховании туристской деятельности. Наличие в регионе богатых природных и социально-культурных рекреационных ресурсов может быть хорошей основой для функционирования сельского зеленого туризма при незначительных инвестициях.

Литература

1. Горішевський, П.А. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності [Текст]: навчальний посібник / П.А. Горішевський, В.П. Васильєв, Ю.В. Зінько. – Івано-Франківськ: МістоНВ, 2003. – 144 с.

2. Горішевський, П.А. Маркетингові дослідження сільського туризму в Карпатському регіоні [Текст] / Ю.В.Зінько, П.А. Горішевський, М.А. Петришин, В.П. Васильєв, О.О. Гундяк // Науковий вісник Національного аграрного університету. – К.: 2008. – Вип. 124. – С. 32-40.

3. Світовий досвід організації сільського туризму [Текст]: методичні рекомендації / В.П. Васильєв, П.А. Горішевський, Ю.В. Зінько, М.Й. Рутинський. – Одеса, 2009. – 56 с.

4. Сільський туризм – що це таке? [Електронний ресурс] // Чернівецька облдержадміністрація: сайт. – Режим доступу: http://www.bucoda.cv.ua/tour/1/2_1.html.

УДК 338.439.6

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ НА РЫНКЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

к.э.н., доцент А.И. Репичев,
(ФГБОУ ВПО «Орловский государственный аграрный университет», Орел, Россия)

Вопросы развития рынков сельскохозяйственной продукции в регионах являются актуальными проблемами, требующими изучения и рассмотрения. Планирование объемов производства сельскохозяйственной продукции на современном этапе формирования аграрного рынка невозможно без исследования особенностей потребительского поведения. Данная информация позволит обосновывать перспективы развития не только отдельных товаропроизводителей, но и рынка региона в целом.

Потребление – это один из главных компонентов, определяющих развитие экономики. Потребители принимают свои решения не в вакууме. На совершаемые ими покупки большое влияние оказывают факторы культурного, социального, экономического, личного и психологического порядка.

Рассмотрим потребление сельскохозяйственной продукции в Орловской области, а также сравним его с рациональными нормами.

Таблица 1 – Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах (в среднем на потребителя в год, кг)

Наименование продуктов питания	Рациональные нормы	Все домохозяйства		в том числе:			
				в городской местности		в сельской местности	
		2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.
Хлеб и хлебные продукты	95-105	70	69	68	67	73	73
Картофель	95-100	66	66	63	64	72	68
Овощи и бахчевые	120-140	80	78	77	79	86	75
Фрукты и ягоды	90-100	60	65	62	66	57	62
Мясо и мясные продукты	70-75	66	67	62	66	72	68
Яйца, шт.	260	198	191	188	186	214	200
Молоко и молочные продукты	320-340	234	239	231	246	239	228
Рыба и рыбные продукты	18-22	21	23	19	22	23	25
Сахар и кондитерские изделия	24-28	22	23	22	22	22	25

Средний уровень потребления на одного человека за рассматриваемый период соответствует рациональным нормам только по рыбе и рыбным продуктам. Картофеля и овощей потреблено на треть меньше нижних границ ра-

циональных норм питания; яиц, хлебных и молочных продуктов, фруктов и ягод – на четверть.

Для оценки влияния уровня доходов на потребление основных продуктов питания представим показатели, характеризующие уровень жизни населения.

Таблица 2 – Показатели, характеризующие уровень жизни населения

Показатели	Годы		
	2011	2012	2013
Среднедушевые денежные доходы населения в месяц, руб.	14824	16844	18262
Средний размер назначенных месячных пенсий, руб.	7994	8856	11660

Как видно из таблицы, среднедушевые денежные доходы населения в месяц по Орловской области за анализируемый период возросли на 23%. Аналогичные тенденции прослеживаются по начисленной заработной плате и месячным пенсиям.

Таким образом, следует отметить, что рост доходов не приводит к существенному росту потребления продуктов сельскохозяйственного производства.

Рассмотрим долю расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах домашних хозяйств.

Таблица 3 – Доля расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах домашних хозяйств (в процентах)

Структура	Все домохозяйства		Домашние хозяйства, проживающие			
			в городской местности		в сельской местности	
	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.	2012 г.	2013 г.
Доля расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах домохозяйств	32,0	27,6	29,0	28,1	39,6	26,7
в том числе на:						
хлеб и хлебные продукты	5,1	4,1	4,4	4,0	6,8	4,4
картофель	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1
овощи и бахчевые	1,6	1,3	1,5	1,4	1,9	1,2
фрукты и ягоды	2,6	2,1	2,5	2,2	2,6	1,9
мясо и мясные продукты	8,6	7,6	7,8	8,0	10,5	6,7
молоко и молочные продукты	5,4	4,7	5,0	4,8	6,4	4,5
яйца	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2
рыбу и рыбные продукты	2,2	2,2	1,8	2,1	3,1	2,2
сахар и кондитерские изделия	2,5	2,1	2,2	2,1	3,3	2,1
масло растительное и другие жиры	0,8	0,6	0,7	0,6	1,0	0,6
чай, кофе, безалкогольные напитки и другие продукты питания	2,6	2,5	2,5	2,5	3,5	2,8

Доля расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах домашних хозяйств в 2013 году снизилась на 4,4%. На это повлияли

снижение доли расходов хлеба и хлебных продуктов, мяса и мясных продуктов, молока и молочных продуктов.

При этом важно понимать, что общая стоимость питания складывается из расходов на покупку продуктов для домашнего питания, расходов на питание вне дома и стоимости натуральных поступлений (сельскохозяйственная продукция собственного производства).

Таблица 4 – Структура стоимости питания (в процентах)

Структура	Все домохозяйства		Домашние хозяйства, проживающие			
			в городской местности		в сельской местности	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Стоимость питания	100	100	100	100	100	100
в том числе: расходы на продукты для домашнего питания	74,5	76,1	75,9	78,8	72,0	71,1
расходы на питание вне дома	7,2	6,9	10,5	8,2	1,3	4,4
Стоимость натуральных поступлений	18,3	17,0	13,6	13,0	26,7	24,5
в том числе: стоимость поступлений из личного подсобного хозяйства	13,8	12,7	9,7	8,8	21,4	19,8

В структуре стоимости питания в 2013 году преобладают расходы на покупку продуктов для домашнего потребления (76,1%). Стоимость натуральных поступлений составляет 17,0%, из них 12,7% – из личного подсобного хозяйства. При этом в сельских домохозяйствах стоимость натуральных поступлений занимает 24,5% от общей стоимости питания, в городских – 13,0%.

Далее рассмотрим влияние демографических факторов на поведение потребителей.

Таблица 5 – Потребление основных продуктов питания в 2013 году по составу домохозяйств (в среднем на потребителя в год, кг)

Виды продукции	Все домохозяйства	Домохозяйства состоящие из				
		одного человека	двух человек	трех человек	четырех человек	пяти и более человек
1	2	3	4	5	6	7
Хлеб и хлебные продукты	69,0	81,7	74,7	66,7	61,1	66,3
Картофель	65,7	71,4	69,4	63,3	61,6	65,5
Овощи и бахчевые	77,7	96,6	85,6	77,4	68,1	66,8
Фрукты и ягоды	64,7	81,0	73,9	62,9	56,0	54,4
Мясо и мясные продукты	66,8	75,2	74,2	66,7	61,9	57,4
Молоко и молочные продукты	239,3	345,3	279,4	238,5	189,6	175,0

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6	7
Яйца, шт.	191	274	219	183	172	131
Рыба и рыбные продукты	23,1	29,0	26,2	21,7	18,9	22 7
Сахар и кондитерские изделия	22,9	23,	22,9	22,6	23,2	22,6
Масло растительное и другие жиры	11,6	12,9	12,4	11,4	10,9	10,6

В домохозяйствах, состоящих из одного и двух человек, показатели по потреблению молока и молочных продуктов, яиц на душу сложились выше, чем в домохозяйствах, состоящих из 5 и более человек, почти в 2 раза, фруктам и ягодам – в 1,5; овощам и бахчевым, мясным и рыбным продуктам – в 1,3 раза.

Таблица 6 – Потребление основных продуктов питания в 2013 году по домохозяйствам с детьми (в среднем на потребителя в год, кг)

Виды продукции	Домохозяйства, имеющие детей в возрасте до 16 лет		
	Одного ребенка	Двух детей	Трех детей
Хлеб и хлебные продукты	63,7	56,9	58,4
Картофель	62,0	62,4	55,5
Овощи и бахчевые	66,2	71,2	65,5
Фрукты и ягоды	56,2	60,2	47,3
Мясо и мясные продукты	62,4	59,1	58,4
Молоко и молочные продукты	202,4	196,0	181,3
Яйца, шт.	173	137	133
Рыба и рыбные продукты	20,4	22,0	18,5
Сахар и кондитерские изделия	22,7	22,1	20,8
Масло растительное и другие жиры	10,8	11,1	9,9

По данным выборочного обследования домашних хозяйств, набор продуктов питания семей с тремя детьми качественно отличается от рациона семей с одним ребенком. Многодетные семьи в 2013 году потребляли меньше мяса и мясных продуктов – на 4%, сахара и кондитерских изделий – на 8%, рыбных продуктов на 9%, молочных продуктов – на 10%, фруктов и ягод – на 16%, яиц – на 23%.

В итоге можно отметить, что на потребительское поведение на рынке продуктов питания существенно влияют демографические, экономические, поведенческие и другие факторы. Учет тенденций, выявленных в данной статье может быть использован в сельскохозяйственных предприятиях при планировании своего товарного портфеля.

У предприятий, производящих продукты питания, существуют значительные резервы для производства и реализации данной продукции, так как

потребление практически по всем видам не соответствует медицинским нормам. Для увеличения объемов реализации по исследуемым видам продукции предприятиям можно рекомендовать применение:

- широкого ассортимента с разными ценовыми категориями с целью удовлетворения потребностей потребителей с разными уровнями доходов;
- высокоэкологичной продукции;
- улучшенного качества продукции за счет упаковки, калибрования, сортировки сельскохозяйственной продукции;
- информированности покупателей о необходимых нормах потребления продукции.

Литература

1. Полухин, А.А. Перспективы развития аграрного рынка Орловской области [Текст] / А.А. Полухин, А.И. Репичев // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 8. – С. 13-18.

2. Репичев, А.И. Анализ товарного портфеля сельскохозяйственного предприятия [Текст] / А.И. Репичев // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 3. – С. 59-64.

3. Страшко, И.В. Формирование концепции стратегии устойчивого развития АПК на основе индикативного планирования [Текст] / И.В. Страшко, Г.П. Зверева // Российское предпринимательство. – 2011. – № 5-1. – С. 141-145.

УДК 338.48

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

к.э.н. Л.М. Сокол
(Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина)

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, управление, развитие, приоритеты, функции, инструменты.

В статье изложены теоретические основы управления развитием сельского зеленого туризма в Украине. Проанализированы теоретические разногласия относительно трактовки понятия «сельский зеленый туризм» в мире. Приведены приоритетные направления развития сельского зеленого туризма в Украине. Описаны основные функции и инструменты управления туристической деятельностью.

Более десяти лет мировая туристическая мода акцентирует внимание на путешествиях в сельскую местность, где туриста окружают аграрные и сельские пейзажи, традиционный крестьянский образ жизни, фермерство, органические и экологически чистые продукты.

Сельский зеленый туризм является специфической формой отдыха в частных хозяйствах сельской местности с использованием имущества и трудовых ресурсов личного крестьянского, подсобного или фермерского хозяйства, природно-рекреационных особенностей местности, а также культурного, исторического и этнографического наследия региона. Сегодня туристическая отрасль в Украине не является весомой составляющей пополнения бюджета, ее удельный вес должен значительно возрасти, учитывая такие объективные предпосылки, как выгодное геополитическое положение Украины в центре Европы, наличие значительного туристско-рекреационного потенциала, благоприятный климат, богатые флора и фауна, многочисленные культурно-исторические памятники мирового уровня [1, 2]. Важно учитывать опыт зарубежных стран по развитию сельского зеленого туризма.

Сектор сельского туризма и агротуризма очень разнообразен, и в каждой стране присутствует своя специфика, еще более разнообразны конкретные агротуристические продукты. Например, в англоязычных странах – США, Великобритании, Канаде, Австралии, Новой Зеландии и странах Скандинавии – популярны пансионаты, гостевые дома или малые (семейные) гостиницы класса B&B («Bed and Breakfast» – «ночлег и завтрак»). Все чаще такие малые гостиничные хозяйства используются с целью отдыха на лоне природы, в сельской местности (а не для бизнес-поездок, как это предполагалось изначально). Однако от агротуризма систему B&B отличает то, что она не предлагает полноценный туристический продукт, а лишь обеспечивает сравнительно дешевые средства размещения, не предполагая акцента на национальную специфику.

В мире существуют разногласия по определению сути сельского туризма, его названия и основных принципов организации и функционирования. Для определения концептуальных основ управления развитием сельского зеленого туризма целесообразно их рассмотреть подробнее [3, 4, 5]. Таким образом, устойчивый туризм – это современная концепция развития туризма, основанная на принципах концепции устойчивого развития: охрана окружающей среды, минимизация ущерба в процессе туристической деятельности, экологический контроль состояния туристического освоения территорий; контролируемое использование технологий туристического обслуживания, прежде всего автотранспорта, энергии, питьевой воды и др.; социальная справедливость местных общин, то есть прибыль и прочие блага от туризма должны распределяться на паритетных началах, с учетом местного населения, а не переходить к иностранным инвесторам и национальной элите; эстетическая гармония туристического природопользования, которая заключается в том, что туристическая деятельность и инфраструктура должны органично вливаться в исторически сложившуюся среду и сохранять уникальное своеобразие каждой местности.

Все эти принципы используются и находят воплощение в сельском туризме. Основные виды сельского туризма – экологический туризм и сельский зеленый. В свою очередь понятие «сельский туризм» часто отождествляют с

понятием «агротуризм», но агротуризм является одной из форм сельского зеленого туризма. Агротуризм – это развлекательный вид туризма, сосредоточенный на сельских территориях, который предусматривает использование сельского (фермерского) хозяйства с целью рекреации, образования или активного привлечения к традиционным формам хозяйствования.

Понятие «сельский зеленый туризм» близко по смыслу к понятию «экологический туризм». Экологический туризм (экотуризм) – это познавательный и развлекательный вид туризма, сосредоточенный на природных (мало измененных человеком) территориях, который предусматривает занятия различными формами активной рекреации в природных ландшафтах без причинения вреда окружающей среде.

Союз экотуризма США приводит следующее определение экотуризма: «экотуризм – это путешествия в места с относительно нетронутой природой, которые не ведут к нарушению целостности экосистем, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, что создает такие экономические условия, когда охрана природы становится выгодной местному населению».

Синонимом понятия «экотуризм» является естественный туризм. От традиционного туризма экотуризм отличается следующими признаками: преимущество природных, а не культурных объектов туризма; устойчивое природопользование; меньше ресурсо- и энергоемкость; непосредственное участие в социально-экономическом развитии территорий; экологическое образование туристов.

Значительную популярность получил естественный туризм, к которому относят отдых на измененных человеком территориях, вторичной природе. Это характерно именно для США и стран Западной Европы, где практически не сохранились первичные ландшафты, но наблюдается высокая потребность населения в зеленом туризме. Такой туризм имеет большое значение для охраны и восстановления окружающей среды, народных традиций и экологизации экономического развития. Именно здесь экологический фактор превращается в устойчивую экономическую категорию, когда поддержание качества и незыблемости окружающей среды становится экономически выгодной.

Мальська М.П., Худо В.В. [6] считают, что в ранее освоенных странах (к которым относим и Украину) в пределах природоохранных территорий сельский туризм выступает основной организационной базой развития массового экологического туризма. Для определения такого многоцелевого туризма недавно появилось новое понятие «экоагротуризм». Этот вид туризма предусматривает использование гостевых домиков без хозяев или агроусадеб, расположенных в пределах или около биосферных заповедников и национальных парков, которые, наряду с занятиями экологическим сельским хозяйством, предлагают широкий спектр экологических и спортивно-туристических занятий. Дополнением к определению «сельский туризм» является определение «зеленый», что подчеркивает его экологическую ориентацию.

Украина богата на различные природные туристические ресурсы, что является важным условием развития сельского зеленого и экологического туризма. Это климатические, биологические, гидрологические, ландшафтные ресурсы, источники минеральных вод, лечебные грязи и др. Общая площадь земель, пригодных для рекреации и туристического использования, занимает 9,4 млн. га, что составляет 15,6% всей территории Украины. Общая площадь лесного фонда Украины составляет 10 млн. га (15% всей территории страны) [6].

Минеральные воды есть по всей территории Украины, а большие запасы лечебных грязей сосредоточены на юге. По всей территории Украины расположены разнообразные природоохранные объекты. Это заповедники, заказники, национальные и ландшафтные парки, памятники природы и тому подобное. Есть много природных территорий и объектов, пригодных для отдыха – это реки, озера, отдельные скалы, каньоны и просто территории с прекрасными видами.

К приоритетам развития сельского зеленого туризма и экотуризма в Украине относят [7, 8, 9]:

- упорядочение нормативно-правовой базы и принятия Верховной Радой Закона Украины «О сельском зеленом туризме»;
- разработку региональных программ развития сельского зеленого туризма и экотуризма, их мониторинг;
- создание инфраструктуры государственной финансово-кредитной поддержки развития сельского зеленого туризма, экотуризма;
- организацию рынка услуг сельского зеленого туризма и экотуризма;
- подготовку высококвалифицированных специалистов и переподготовку кадров для этой сферы туризма;
- создание системы информационно-аналитического обеспечения сферы сельского зеленого туризма и экотуризма.

К принципам управления развитием сельского зеленого туризма относят принципы устойчивого ресурсопользования, а также системность, комплексность, координацию и ориентацию на интересы потребителей и тому подобное.

Управление туризмом требует законодательно-нормативного, экономического, организационно-структурного и научно-информационного обеспечения.

Для реализации механизма управления развитием сельского зеленого туризма необходим цикл функций управления: принятие – реализация – контроль управленческих решений (рисунок 1).

По мнению Л.В. Забуранной [10], в туристическом бизнесе, как и в других видах деятельности, осуществляются функции планирования, регулирования, организации, мотивации, учета, анализа и контроля. Так, сущность планирования заключается в научном обосновании будущих социально-экономических целей развития. Регулирование и организация заключаются в составлении технологической, экономической, социально-психологической и правовой сторон деятельности предприятий туристического бизнеса. Моти-

вация состоит из мотивации путешествий и мотивации трудовых отношений на туристических предприятиях. Контроль, анализ и координация служат для оценки успешности управленческих решений.

Рисунок 1 – Функции и инструменты управления развитием сельского зеленого туризма

Для достижения целей и оценки результатов управления развитием предприятия туристического бизнеса можно использовать инструменты ценообразования (цены и тарифы на туристические услуги), спрос и предложение сервисного обслуживания туристов, налогообложения, пошлин, лицензирование, сертификацию, страхование туристов, стоимость виз [10, с. 82].

Все функции и инструменты управления развитием сельского зеленого туризма являются взаимообусловленными и эффективно работают как единый управленческий процесс.

Литература

1. Биркович, В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України [Текст] / В.І. Биркович // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 1(6). – С. 138-143.

2. Биркович, В.І. Розвиток туристичної галузі в регіоні [Текст] / В.І. Биркович // Університетські наукові записки. – 2006. – № 2(18). – С. 335-341.

3. Рутинський, М.Й. Зелений туризм [Текст] / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2008. – 272 с.

4. Горішевський, П. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності [Текст] / П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько. – Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. – 148 с.

5. Кравець, Н.М. Сільський зелений туризм від А до Я [Текст] / Н.М. Кравець, О.М. Кравець, А.Л. Шипко. – Херсон, 2008. – 54 с.

6. Мальська, М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник / М.П. Мальська, В.В. Худо. – Підручник. 2-вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.

7. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: www.world-tourism.org.

8. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //www.greentour. com.ua.

9. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР [Текст] // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31.

10. Забуранна, Л.В. Туристична підприємницька діяльність в аграрній сфері: теорія, організація [Текст]: монографія / Л.В. Забуранна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 482 с.

УДК 332.025.122

СИСТЕМА МЕР ПО ОХРАНЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ (на примере Тутаевского муниципального района Ярославской области)

к.э.н., доцент А.М. Суховская; д.э.н., профессор А.И. Голубева; к.э.н., доцент В.И. Дорохова; к.э.н., доцент А.Н. Дугин (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» (от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ, редакция от 29.12.2014 г.) определены вопросы местного значения для каждого муниципального образования, в т.ч. вопросы охраны историко-культурного наследия. В соответствии с данным нормативным актом, реализация вопросов историко-культурного наследия входит в обязанности как муниципального района, так и сельского поселения. Более того, обобщенно, задачей муниципального района является создание условий поселениям для развития историко-культурных направлений, а задачей сельских территорий – непосредственно охрана объектов культурного наследия, сохранение, возрождение и развитие народных художественных промыслов в поселении.

Анализ мер по охране историко-культурного наследия был проведен на примере Тутаевского муниципального района (ТМР) Ярославской области. Тутаевский район находится между двумя городами – Ярославль (40 км) и Рыбинск (50 км), – на пересечении торговых и транспортных путей между городами Москва (300 км) и Санкт-Петербург (800 км). Район расположен по берегам реки Волга, где ширина реки составляет 635 м, высота берегов – 40 метров над уровнем Волги. Численность населения 56,87 тысяч человек, площадь территории 142 587 гектар.

В качестве историко-культурного наследия муниципального района можно выделить следующие объекты:

- Воскресенский собор (1652-1678 гг.);
- Крестовоздвиженский собор (1652 г.);

- Казанская-Преображенская церковь (1758 г.);

- храм в честь Покрова Пресвятой Богородицы (1674 г.).

Всего на территории муниципального образования насчитывается девять церквей. Также в Тутаевском муниципальном районе действуют такие музеи, как:

- музей «Дом на Новинской» (филиал Ярославского художественного музея);

- музей «Космос»;

- экспокомплекс «Борисоглебская сторона».

Начиная с 2002 года, проходит областной фестиваль «Романовская овца – золотое руно России».

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что Тутаевский муниципальный район является типичным муниципальным образованием для Ярославской области и средней полосы России.

В целях сохранения и развития историко-культурного наследия на территории Тутаевского муниципального района разработаны три целевые программы. Рассмотрим их более подробно.

Муниципальная программа «Сохранение и развитие культуры Тутаевского муниципального района» на 2012-2014 годы (утверждена постановлением Администрации ТМР от 14.11.2012 № 504) направлена на сохранение качества и доступности бюджетных муниципальных услуг в сфере культуры Тутаевского района Ярославской области.

Здесь необходимо отметить, что сфера культуры района в целом соответствует федеральным нормативам обеспеченности объектами социальной инфраструктуры культуры районного подчинения (22 библиотеки, 22 учреждения культурно-досугового типа, 1 образовательное учреждение дополнительного образования детей, 4 киноустановки, 1 музейный экспокомплекс). Поэтому мероприятия Программы не предусматривают расширение сети муниципальных учреждений культуры, а направлены на капитальный ремонт учреждений культуры.

Финансирование программы осуществляется из районного, областного и федерального бюджетов. Сельские поселения расходы по реализации мероприятий программы не несут. Более того, наибольшие затраты «ложатся» на бюджет Тутаевского муниципального района (97,11%).

Далее рассмотрим муниципальную целевую программу «Развитие въездного и внутреннего туризма на территории ТМР» (2011-2015 гг.). Программа носит обширный характер и направлена не только на развитие туризма, но и на сохранение историко-культурного наследия Тутаевского муниципального района.

В отличие от муниципальной программы «Сохранение и развитие культуры Тутаевского муниципального района», данная программа финансируется из районного и областного бюджетов с привлечением внебюджетных источников, причем максимальная доля затрат приходится на внебюджет

(70,31%). В таблице 1 представлены целевые показатели программы «Развитие въездного и внутреннего туризма на территории ТМР».

В рамках реализации данной программы планируется рост объема туристических и гостиничных услуг на 27,5 миллионов рублей, а также увеличение числа занятых в сфере туризма на 46% при неизменном количестве музейных экспозиций.

Таблица 1 – Цель и показатели реализации муниципальной программы «Развитие въездного и внутреннего туризма на территории ТМР»

Цель	Показатель						
	Наименование	Год					
		2010 (базовый)	2011	2012	2013	2014	2015
Создание прочных предпосылок и условий для развития сферы туризма на территории Тутаевского муниципального района	объем туристских и гостиничных услуг, млн. руб.	18,0	38,0	42,0	44,0	45,0	45,5
	количество туристов и экскурсантов, тыс. человек	44,0	65,0	65,0	70,0	75,0	76,0
	число занятых в сфере туризма, человек	55	67	86	115	116	120
	количество новых музейных экспозиций, единиц	2	2	2	2	2	2

Третья целевая муниципальная программа – «Развитие культуры Тутаевского муниципального района на 2011-2013 годы» (утверждена постановлением Администрации ТМР от 12.08.2011 г. № 299). Задачами программы является:

- создание условий для организации досуга и массового отдыха населения Тутаевского муниципального района; обеспечение повышения качества оказываемых услуг; проведение культурно-массовых мероприятий, посвященных государственным, межународным праздникам, памятным датам и праздникам местного значения;
- обеспечение свободы творчества, выявление талантов и поддержка коллективов и жителей района, занимающихся творческой деятельностью на любительской основе;
- обеспечение пожарной безопасности в учреждениях культуры;
- повышение качества обслуживания пользователей библиотек.

Данная программа финансируется из двух бюджетов (областного и районного) без привлечения внебюджетных источников. Наибольший объем финансирования приходится на районный бюджет (60,84%).

В таблице 2 представлена общая потребность в ресурсах муниципальных программ.

Таким образом, на реализацию утвержденных муниципальных программ в сфере сохранения и развития историко-культурного наследия на пятилетний период с 2011 по 2015 годы запланировано 364 миллиона рублей, из которых 90,3% – средства бюджета ТМР. Средства сельских территорий к реализации данных программ не привлекаются.

Таблица 2 – Общая потребность в ресурсах муниципальных программ на 2012-2014 годы

Источники финансирования	Муниципальные программы						ИТОГО
	«Развитие культуры Тутаевского муниципального района на 2011-2013 годы»		«Сохранение и развитие культуры Тутаевского муниципального района» (2012-2014 годы)		«Развитие въездного и внутреннего туризма на территории ТМР» (2011-2015 годы)		
	Объем финансирования, тыс. руб.	Структура расходов, в %	Объем финансирования, тыс. руб.	Структура расходов, в %	Объем финансирования, тыс. руб.	Структура расходов, в %	
Внебюджетные источники	-	-	-	-	5104,3	70,31	5104,3
Федеральный бюджет	-	-	139	0,05	-	-	139,0
Областной бюджет	20664	39,16	8 635	2,84	817,331	11,26	30116,3
Районный бюджет	32104	60,84	294 990	97,11	1337,8	18,43	328431,8
ИТОГО	52768	100	303 764	100	7259,431	100	363791,4

В состав муниципального района входят четыре сельских поселения:

- Артемьевское сельское поселение;
- Константиновское сельское поселение;
- Левобережное сельское поселение;
- Чебаковское сельское поселение.

Рассмотрим показатели деятельности Артемьевского и Константиновского сельских поселений в области организации отдыха, развлечений и культуры (таблица 3).

Таблица 3 – Показатели организации отдыха, развлечений и культуры Артемьевского и Константиновского сельских поселений Тутаевского муниципального района

Показатели	Ед. измерения	Годы		
		2011	2012	2013
Артемьевское сельское поселение (общая площадь муниципального образования 20382 га; среднесписочная численность работников организаций 109 чел.)				
Число учреждений культурно-досугового типа	единица	2	2	2
Численность работников учреждений культурно-досугового типа с учетом структурных подразделений (филиалов), всего	человек	5	7	8
Численность специалистов культурно-досуговой деятельности в учреждениях культурно-досугового типа с учетом структурных подразделений (филиалов)	человек	4	4	5
Число библиотек	единица	3	2	2
Численность работников библиотек, с учетом структурных подразделений (филиалов), всего	человек	3	2	2
Численность библиотечных работников в библиотеках с учетом структурных подразделений (филиалов)	человек	3	2	2
Число структурных подразделений (филиалов) библиотек	единица	-	-	2
Константиновское сельское поселение (общая площадь муниципального образования 8313 га; среднесписочная численность работников организаций 1303 чел.)				
Число учреждений культурно-досугового типа	единица	3	3	3
Численность работников учреждений культурно-досугового типа с учетом структурных подразделений (филиалов), всего	человек	58	58	58
Численность специалистов культурно-досуговой деятельности в учреждениях культурно-досугового типа с учетом структурных подразделений (филиалов)	человек	26	26	26
Число библиотек	единица	4	4	4
Численность библиотечных работников в библиотеках с учетом структурных подразделений (филиалов)	человек	7	7	7
Число детских музыкальных, художественных, хореографических школ и школ искусств	человек	1	1	1
Численность работников детских музыкальных, художественных, хореографических школ и школ искусств с учетом структурных подразделений (филиалов), всего	человек	11	16	16
Численность преподавателей детских музыкальных, художественных, хореографических школ и школ искусств с учетом структурных подразделений (филиалов)	человек	5	15	10

Из таблицы следует, что за период с 2011 по 2013 годы данные показатели практически неизменны. В Артемьевском сельском поселении на одно учреждение культурно-досугового типа и одну библиотеку приходится примерно 55 работников организаций, функционирующих на данной террито-

рии. В Константиновском сельском поселении на одно учреждение культурно-досугового типа приходится примерно 434 работника организаций, функционирующих на данной территории, и 326 работников на одну библиотеку.

Структура расходов бюджета ТМР по разделам и подразделам классификации расходов бюджетов Российской Федерации (2014 год) представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Структура расходов бюджета Тутаевского муниципального района Ярославской области по разделам и подразделам классификации расходов бюджетов Российской Федерации (2014 год)

Наименование	2014 г., руб.	Структура расходов, в %
Общегосударственные вопросы	80 165 949	4,49
Национальная оборона	884 000	0,05
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	419 750	0,02
Национальная экономика	83 226 258	4,66
Жилищно-коммунальное хозяйство	193 991 897	10,87
Охрана окружающей среды	5 000	0,00 (0,0003)
Образование	954 574 112	54,00
Культура и кинематография	114 068 793	6,39
Здравоохранение	-	-
Социальная политика	343 986 438	19,28
Физическая культура и спорт	2 073 700	0,12
Средства массовой информации	3 615 369	0,20
Обслуживание государственного и муниципального долга	1 610 000	0,09
Межбюджетные трансферты бюджетам субъектов РФ и муниципальных образований общего характера	5 811 000	0,33
ИТОГО	1 784 432 266	100

Как следует из таблицы, существенную долю в расходах бюджета занимают расходы, связанные с образованием (39,48% в 2010 году и 54% в 2014 году).

В таблице 5 представлены бюджеты Константиновского и Артемьевского сельских поселений Тутаевского муниципального района Ярославской области на 2013год.

Из таблицы следует, что бюджетообразующим налогом обоих поселений является земельный налог (47% от доходной базы муниципального бюджета Константиновского сельского поселения и 36% – Артемьевского сельского поселения). Максимальные расходы сельских территорий связаны с содержанием жилищно-коммунильного хозяйства (68,73% от расходов муниципального бюджета Константиновского сельского поселения и 40,64% от расходов муниципального бюджета Артемьевского сельского поселения).

Таблица 5 – Бюджеты Константиновского и Артемьевского сельских поселений Тутаевского муниципального района Ярославской области на 2013год, тысяч рублей

Показатели	Константиновское сельское поселение	Структура доходов и расходов, в %	Артемьевское сельское поселение	Структура доходов и расходов, в %
1	2	3	4	5
Доходы (включая безвозмездные поступления)				
Всего	61 241	100	6 969	100
1. Налог на доходы физических лиц	4 257	6,95	657	9,43
2. Единый сельскохозяйственный налог	-	-	57	0,82
3. Налоги на имущество	30 088	49,13	2 698	38,71
3.1 Налог на имущество физических лиц	1 151	3,83	209	7,75
3.2 Земельный налог	28 937	96,17	2 489	92,25
4. Государственная пошлина	62	0,1	4	0,06
5. Задолженность и перерасчеты по отмененным налогам, сборам и иным обязательным платежам	-	-	5	0,07
6. Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	2 118	3,46	371	5,32
7. Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	505	0,83	196	2,81
8. Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	24211	39,53	2981	42,78
8.1 Дотации бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований	-	-	1780	-
8.2 Субсидии бюджетам бюджетной системы Российской Федерации (межбюджетные субсидии)	23259		1094	-
8.3 Субвенции бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований	374	-	57	-
8.4 Иные межбюджетные трансферты	578	-	50	-

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5
Из общей величины доходов – собственные доходы	60 867	99,39	6912	99,18
Расходы				
Всего	50 475	100	7807	100
Общегосударственные вопросы	7031	13,93	3314	42,45
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	302	0,60	66	0,85
Национальная экономика	5967	11,82	1201	15,38
Жилищно-коммунальное хозяйство	34696	68,73	3173	40,64
Образование	202	0,40	5	0,06
Культура, кинематография	423	0,84	36	0,46
Физическая культура и спорт	150	0,30	12	0,16
Социальная политика	1704	3,38	-	-
Профицит (+), дефицит (-)	10 392	-	-895	-

Таким образом, можно сделать следующие выводы: в соответствии с федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ», реализация вопросов историко-культурного наследия входит в обязанности как муниципального района, так и сельского поселения. Более того, обобщенно, задачей муниципального района является создание условий поселениям для развития историко-культурных направлений, а задачей сельских территорий – непосредственно охрана объектов культурного наследия, сохранение, возрождение и развитие народных художественных промыслов в поселении.

На реализацию утвержденных муниципальных программ в сфере сохранения и развития историко-культурного наследия на пятилетний период с 2011 по 2015 годы запланировано 364 миллиона рублей, из которых 90,3% – средства бюджета Тутаевского муниципального района. Средства сельских территорий к реализации данных программ не привлекаются.

Литература

1. Голубева, А.И. Проблемы развития сельских территорий и аграрной экономики региона [Текст] / А.И. Голубева, А.Н. Дугин, В.И. Дорохова, А.М.Суховская // Вестник АПК Верхневолжья. – 2014. – № 4 (28). – С. 3-11.

2. Голубева, А.И. Концептуальные основы устойчивого развития сельских территорий и агропромышленного сектора экономики Ярославской об-

ласти в ближайшей перспективе [Текст] / А.И. Голубева, А.Н. Дугин, В.И. Дорохова, А.М. Суховская // Евразийский Союз Ученых. Ч.1. Экономические науки. (V Международная научно-практическая конференция «Современные концепции научных исследований»). – № 5. – 2014. – С. 55-59.

3. Суховская, А.М. К вопросу о влиянии местного самоуправления на развитие сельского хозяйства в России [Текст] / А.М. Суховская, А.И. Голубева, А.Н. Дугин, В.И. Дорохова // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес» / редкол.: С.М.Ніколаэнко (відп.ред.) та ін. – К.: НУБіП України, 2014. – Вип. 200, ч. 2. – С. 244-253.

УДК 304.2

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СПК «РОДИНА» ТОТЕМСКОГО РАЙОНА

К.А. Филимонова
Научный руководитель – к.э.н., доцент В.П. Пучков
(ФГБОУ ВПО «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Верещагина», Вологда, Россия)

Сельское хозяйство – одна из основных отраслей экономики любой страны. Даже вне зависимости от почвенно-климатических условий самые развитые промышленные страны вкладывают огромные средства в развитие отечественного сельского хозяйства.

Постоянное новаторство в выпуске продукции – обязательное условие выживания предприятия в условиях рынка.

В связи с напряженной политической ситуацией в мире, с вводом санкций против России, во всем мире возрос интерес к «экологическому» туризму, и агротуризм удачно вписался в новую тенденцию: он обеспечивает не только отдых на природе и доступ к экологически чистым продуктам питания, но и воспроизведение настоящего сельского образа жизни.

Агротуризм, или сельский туризм, – достаточно новое направление туристической индустрии. На сегодняшний день в сфере агротуризма сложилась ситуация, когда спрос далеко опережает предложение. Разработка агротуристского продукта, которая учитывает специфику сельскохозяйственных предприятий и потребностей современного туриста, призвана устранить этот дисбаланс [1].

Тотемский район обладает колоссальными ресурсами для развития сельского туризма.

В деревне Кудринская Тотемского района Вологодской области, расположенной в 46 км от районного центра г. Тотьма, процветает одно из самых развивающихся сельскохозяйственных предприятий района – СПК (колхоз) «Родина». Для развития села предлагается на базе СПК «Родина» создать аг-

ротурбазу «Родина». Чтобы выявить слабые и сильные стороны Тотемского района для развития агротуризма, был проведён SWOT-анализ (таблица 1) .

Представленный SWOT-анализ показал, что, безусловно, Тотемский район обладает богатым природно-рекреационным ресурсом для развития сельского туризма. Однако очевидно, что существуют комплексные проблемы в сфере развития данного вида туризма, которые носят острый и системный характер.

Таблица 1 – SWOT-анализ агротуристического комплекса СПК «Родина» Тотемского района

Сильные стороны	**Слабые стороны**
- наличие уникальных памятников истории и культуры, природных ресурсов; - «живая» традиционная культура и народные традиции; - высокий сельскохозяйственный потенциал района; - высокий удельный вес сельского населения в районе; - наличие качественной продовольственной продукции; - формирование благоприятного имиджа района	- недостаточное развитие транспортной и туристской инфраструктуры; - недостаточный уровень подготовки кадров в сфере туризма; - сезонность туристского продукта; - слабое продвижение турпродукта на туристском рынке; - неблагоприятная эпидемиологическая обстановка по клещу
Возможности	**Угрозы**
- возможности для развития экологического, делового, приключенческого, деревенского туризма; - благоприятный инвестиционный климат для реализации проектов развития туристской инфраструктуры; - рост доходов местного населения и района в целом; - создание дополнительных рабочих мест; - оживление объектов социальной инфраструктуры села; - привлечение иностранных туристов	- недостаточный уровень бюджетного финансирования; - риск замедления или даже снижения туристских потоков в район; - потеря туристского рынка из-за низкого уровня туристского сервиса; - рост цен на туристские услуги и, как следствие, сокращение потока въездных туристов; - социально-экономическая и политическая дестабилизация в России; - нарастание проблем связанных с ухудшением экологической обстановки

Для реализации имеющихся возможностей Тотемского района в сегменте сельского туризма нужно создать необходимые условия для развития индустрии туризма, а именно:

- сформировать образ Тотемского района как территории, привлекательной для внутреннего и въездного сельского туризма;
- осуществить поддержку охраны памятников природы, культуры и истории в рамках областных целевых программ;
- разработать учебные программы для подготовки кадров для сельского туризма и сопутствующих отраслей;
- стимулировать инвестиции в развитие внутреннего сельского туризма.

Проект агротурбазы будет значительно отличаться от традиционных баз отдыха. Главное отличие в том, что туристу предлагается не только отдохнуть (за умеренную плату), но и предоставлена возможность заработать на отдыхе. У туриста будет возможность заготовить себе на зиму грибов, ягод, лекарственных трав.

Данный проект будет рассчитан как для людей состоятельных (охота), так и людей среднего достатка (сбор ягод, грибов, рыбалка).

Планируется постройка гостевого домика на берегу Озерка, на земле, находящейся в собственности у хозяйства.

При реализации проекта возрастёт и его социальная значимость, так как это поможет открыть пять новых постоянных рабочих мест на селе (повар, экскурсовод, разнорабочий, охотник (рыболов), ремесленник).

Ассортимент услуг, которые будет предоставлять СПК «Родина», будет постоянно увеличиваться. Планируется, что основными видами услуг будут выступать:

- катание на катамаранах, лодке;
- рыбалка на озере и реке;
- сплав по рекам;
- велотуристические путешествия;
- лыжные походы;
- верховая езда;
- наблюдение за животными;
- сбор ягод, грибов, лекарственных растений;
- плавание и купание;
- фотоохота;
- лицензированная охота;
- изучение ремёсел, местных обычаев;
- туры по достопримечательностям района;
- обучение ориентированию на местности по карте, компасу, GPS-навигатору;
- катание на буране, ватрушках.

Реализация данного проекта будет положительно влиять на развитие села.

Плюсы для сельского населения:

1) возможность дополнительного заработка;

2) стимул для приведения своего подсобного хозяйства в порядок;

3) возможность через дружеские отношения с туристами решить различные проблемы с детьми (проведение каникул в городах, помощь во время учебы в Вузах, реализация продукции подсобного хозяйства и др.);

4) повышение образовательного уровня. Стимул для активного изучения иностранных языков.

Плюсы для органов государственной власти:

1) увеличение занятости населения;

2) снижение социальной напряженности;

3) увеличение доходов семей;

4) решение силами организаторов туризма – СПК «Родина» – задач государственной власти (создание временных и постоянных рабочих мест, улучшение жизни населения);

5) рост социальной активности участников сельского туризма;

6) улучшение внешнего вида населенного пункта (поддержании населенного пункта в чистоте).

Плюсы для природы:

1) растет заинтересованность населения в сохранении и процветании окружающей природы, поскольку природа является основным магнитом для туристов;

2) Участники сельского туризма принимают практическое участие в очистке берегов рек, облагораживанию родников, расчистке прилагающей к усадьбе территории, улучшению подъездов к объектам сельского туризма.

Таким образом, реализация проекта агротуризма является социально значимой, поскольку будет способствовать повышению уровня жизни людей и привлечёт внимание к проблемам развития сельских территорий.

Литература

1. Гришин, С.Ю. Экотуризм как элемент стратегии устойчивого развития региональной экономики [Текст] / С.Ю. Гришин, В.А. Ткачев // Управленческое консультирование. – 2014. – № 9 (69). – С. 81-85.

УДК 658.323

МАТЕРИАЛЬНОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ РАБОТНИКОВ В ООО «ВОДОКАНАЛСЕРВИС»

А.С. Шалашова
Научный руководитель – к.э.н., доцент К.К. Харламова
(ФГБОУ ВПО «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Верещагина», Вологда, Россия)

В рыночной экономике в отношениях между работником и компанией центральное место занимает обмен результатов труда наемного работника на совокупность всех видов вознаграждения, которые предоставляются компа-

нией. При этом под вознаграждением понимается все то, что представляет для работника ценность или может казаться ему ценным [1].

Согласно международной Конвенции № 95, провозглашенной Международной Организацией Труда в Женеве 1 июля 1949 года, термин «заработная плата» означает независимо от названия и метода исчисления всякое вознаграждение или заработок, могущие быть исчисленными в деньгах и установленные соглашением или национальным законодательством, которые предприниматель должен уплатить в силу письменного или устного договора о найме услуг трудящемуся за труд, который либо выполнен, либо должен быть выполнен, или за услуги, которые либо оказаны, либо должны быть оказаны [2].

Методики по разработке начисления заработной платы имеют свое практическое предназначение. При разработке механизма оплаты труда работников необходимо использовать обязательные базовые показатели, которые регламентируются трудовым и гражданским законодательством. Данными показателями являются оклад, надбавки за сложность, за условия работы и различные компенсационные выплаты, которые назначаются сотруднику при его трудоустройстве. Оклад – это база, на которую будут начисляться надбавки. Размер оклада зависит от квалификации сотрудника, от уровня его образования, позволяющего претендовать на более высокую квалификацию, от общего стажа работы в данной должности и от возможности компании.

Вознаграждение за труд подразумевает не только заработную плату, но и все дополнительные выплаты, доплаты и надбавки, предусмотренные действующим договором и законодательством. Это вознаграждение, в том числе компенсационные и стимулирующие выплаты зависят от квалификации работника, от количества, качества, сложности и условий выполняемой работы. Анализируя законодательную базу, можно сделать вывод о том, что заработная плата имеет три составляющие, которые различаются по своему содержанию, целям и основным начислениям:

1) вознаграждение за труд, зависящее от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы;

2) основные компенсационные выплаты;

3) основные стимулирующие выплаты.

Ежемесячная заработная плата работника, который полностью отработал норму рабочего времени и выполнил основные нормы труда, не может быть ниже минимального размера оплаты труда. Заработная плата работника устанавливается трудовым договором в соответствии с действующими у данного работодателя системами оплаты труда [3].

Эффективное управление, высокая отдача от подчиненных невозможны без целенаправленного и умелого воздействия на мотивацию работников, без качественной системы стимулирования труда [4].

Стимулирование труда сотрудников напрямую связано с системой мотивации персона на предприятии. Мотивация труда – это процесс сознательного выбора сотрудником того или иного типа поведения, определяемого

комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов [5].

Успешная деятельность любой организации зависит от качественной и эффективной работы ее персонала. Поэтому проблемы мотивации работников часто становятся предметом многих исследований и являются ключевыми в построении управленческого процесса.

Анализ трудов отечественных ученых показал, что существуют различные определения понятия «мотивация».

Так, по мнению Лукашевича В.В. мотивация – это побуждение человека к действию для достижения его личных целей и целей организации [6].

Турчинов А.И. считает, что мотивация – процесс побуждения человека при помощи внешних и внутриличностных факторов к определенной деятельности, направленной на достижение индивидуальных и общих целей.

По словам Герчикова В.И., мотивация выступает как основной компонент самосознания работника, определяющий его отношение и поведение в труде, его реакции на конкретные условия работы.

Федосеева В.Н. определяет мотивацию как совокупность внутренних и внешних движущих сил (мотивов), побуждающих человека к деятельности для достижения поставленных действий.

Конечно, каждый автор дает определение мотивации, исходя из своей точки зрения. Однако все определения данного понятия так или иначе сходны в одном: под мотивацией понимаются активные движущие силы, определяющие поведение людей. С одной стороны – побуждение, которое навязывается извне, а с другой стороны – внутреннее побуждение, т.е. самопобуждение.

Обобщая вышеизложенное, можно определить мотивацию как внутреннее состояние человека, вызванное внешним или внутренним воздействием, связанное с его потребностями, которое активизирует, стимулирует и направляет его действия к поставленной цели. Чем активнее будут действия человека, тем более высоки возможности удовлетворения различных потребностей, потому что из-за нехватки чего-то у человека возникает состояние дискомфорта.

Необходимо помнить, что поведение человека всегда мотивировано.

Мотивировать подчиненных – значит затронуть их важные интересы, потребности в чем-либо, т.е. побудить к деятельности с помощью стимулирования. Стимулирование является одним из средств, с помощью которого можно осуществлять мотивацию трудовой деятельности, это внешнее воздействие на человека с целью побуждения его к конкретным действиям или процесс, который направлен на осознанное пробуждение в нем определенных мотивов и целенаправленных действий. Стимулирование оказывает влияние на усилия, усердие, настойчивость, нацеленность, добросовестность персонала предприятия.

Основными *формами мотивации* работников предприятия являются:

1) заработная плата как объективная оценка вклада работника в результаты деятельности предприятия;

2) система внутрифирменных льгот работникам: эффективное премирование, доплаты за стаж, страхование здоровья работников за счет предприятия, предоставление беспроцентных ссуд, оплата расходов на проезд к месту работы и обратно, льготное питание в рабочей столовой, продажа продукции своим работникам по себестоимости или со скидкой; увеличение продолжительности оплачиваемых отпусков за определенные успехи в работе; более ранний выход на пенсию, предоставление права выхода на работу в более удобное для работников время и т.д.;

3) мероприятия, повышающие привлекательность и содержательность труда, самостоятельность и ответственность работника;

4) устранение статусных, административных и психологических барьеров между работниками, развитие доверия и взаимопонимания в коллективе;

5) моральное поощрение работников;

6) повышение квалификации и продвижение работников по службе [7].

Оплата труда может быть действенным рычагом мотивации работника, поэтому любому предприятию необходимо правильно выбрать систему оплаты труда. Каждая система оплаты труда имеет свои преимущества и недостатки, наиболее полно проанализировать которые можно на примере конкретного предприятия.

Объектом анализа в статье выступает ООО «Водоканалсервис» г. Никольска Вологодской обл.

Основным видом деятельности ООО является сбор, очистка и распределение воды. ООО «Водоканалсервис» обслуживает одну из основных систем жизнеобеспечения города Никольска – систему водопровода и канализации, в связи с этим несёт высокую ответственность за благополучие и здоровье жителей города, обеспечение его санитарной и экологической чистоты, охрану окружающей водной среды.

На анализируемом предприятии действует повременно-премиальная система оплаты труда, при которой работнику не только начисляется заработная плата за отработанное время, но и премия за достижение определённых количественных и качественных показателей.

Данная система оплаты труда предполагает выплату денежной суммы сверх основного заработка на основании заранее установленных показателей и условий премирования.

Заработная плата работникам в ООО «Водоканалсервис» выплачивается раз в месяц. Она дифференцируется в зависимости от занимаемой должности, уровня ответственности, стажа работы и квалификации работника.

Мотивирование труда директор проводит путем морального и материального поощрения за качественно выполненную работу в короткие сроки. Для целей материального поощрения работников в ООО «Водоканалсервис» действуют Положения: о премировании рабочих, ИТР и служащих по итогам работы за месяц; о выплате надбавок за профессиональное мастерство и высокие достижения в труде; о единовременном поощрении за выполнение важных производственных заданий. В данных Положениях прописаны усло-

вия и размер премирования, а также нарушения, за совершение которых работник лишается материального поощрения.

Премирование работников и выплата надбавок усиливает материальную заинтересованность работников в обеспечении эффективного функционирования предприятия. Появляется стимул более качественно выполнять поставленные задания в более короткие сроки. Это положительно для предприятия, так как все работники способствуют наиболее эффективной работе предприятия.

Премии назначаются дополнительно к сумме, получаемой работником каждый месяц.

С целью исследования удовлетворенности уровнем оплаты труда в ООО «Водоканалсервис» было проведено анкетирование. Анкета содержит 20 закрытых вопросов, на которые сотрудникам предприятия предлагалось ответить. Количество респондентов – 13 человек.

После обработки данных анкеты можно было сделать следующие выводы.

Большинству работников предприятия нравится их работа, они не желают ее сменить. К труду работников в большей степени побуждает заработная плата и материальные стимулы. Система нематериального стимулирования, как показало анкетирование, на предприятии развита слабо. Почти 77% респондентов не устраивают санитарно-гигиенические условия труда. Морально-психологический климат в коллективе очень хороший, все 100% опрошенных довольны коллегами. Большая часть респондентов – 69,2% – считают оплату труда справедливой. Даже сложившаяся напряженная социально-экономическая ситуация в стране для 85% опрошенных не стала причиной поиска дополнительных источников дохода. Треть участвовавших в анкетировании работников считает, что система морального стимулирования на предприятии отсутствует, еще 20% респондентов считает, что она развита, но слишком слабо для того, чтобы оказывать влияние на результаты трудовой деятельности работников. Тяжелыми и вредными условия труда считают почти все работники – 92,3% опрошенных. Половина работников, как показало исследование, как минимум два раза в год бывают на больничном. Избежать этого поможет прохождение санаторно-курортного лечения раз в 2 года для работников, условия труда которых приносят вред здоровью. Большинство работников удовлетворены результатами своего труда более чем на 70%. Считают свою работу важной и ответственной 85% респондентов.

Несмотря на недостаточное нематериальное стимулирование, сотрудники довольны своей работой благодаря хорошим взаимоотношениям внутри коллектива.

Руководству ООО «Водоканалсервис» можно предложить ввести ряд стимулов, которые повысят заинтересованность работника в повышении производительности труда, а также улучшат качество выполняемых работ.

1. Компенсация работникам предприятия затраты на мобильную связь.
2. Оплата путевки в санаторий для каждого работника раз в год два года.

3. Страхование здоровья и жизни работников.

Таблица 1 – Экономическая оценка целесообразности проведения предложенных мероприятий по стимулированию работников в ООО «Водоканалсервис»

Стимул	Средства, затраченные предприятием в год, руб.	Выгода, полученная предприятием в результате введения стимула
Компенсация затрат на мобильную связь	22800	Работники не будут тратить собственные средства на звонки для улаживания производственных вопросов, поэтому они не будут ограничивать себя в звонках и качество работы повысится, снизится вероятность совершения ошибки
Оплата путевки в санаторий для каждого работника раз в 2 года	15750	1) Работники реже будут болеть, пропускать работу 2) Повысится их работоспособность 3) Работникам хочется работать на предприятии, где руководство о них заботится
Страхование здоровья и жизни работников	210000	Работники, выполняющие опасную работу, будут уверены в том, что, если с ними что-то случится на производстве, предприятие выплатит им компенсацию, оплатит лечение, а в случае смерти работника семья получит выплату. Это послужит для работника стимулом для сохранения места работы. Можно застраховать жизнь работника на 5, 10 или 20 лет, что будет способствовать стремлению работника удержаться на этом месте работы в течение определенного срока
Итого	248550	-

В таблице 1 приведена экономическая оценка проведения некоторых предложенных мероприятий. При компенсации затрат на мобильную связь производственным работникам ООО «Водоканалсервис» в размере 100 рублей в месяц предприятие потратит 22800 рублей в год. Одна путевка в санаторий на 7 дней стоит 15000 рублей. В год на каждого работника предприятие потратит 10000 рублей на страхование здоровья. Эти затраты вернутся предприятию в виде увеличения прибыли, производительности труда, увеличению заинтересованности работников в результатах труда.

Таким образом, предложенные мероприятия могут значительно повысить производительность труда на предприятии, стимулировать работника, увеличить его заинтересованность в качественном и своевременном выполнении работы.

Литература

1. Егоршин, А.П. Мотивация трудовой деятельности [Текст]: учеб. пособие / А.П. Егорашин. – Н.Новгород: НИМБ, 2003. – 320 с.

2 . Конвенция относительно защиты заработной платы от 1 июля 1949 г. № 95 // статья 1.

3. Трудовой кодекс РФ. Ч. 1 ст. 129, 135.5.

4. Спивак, В.А. Организационное поведение и управление персоналом [Текст] / В.А. Спивак. – СПб.: Питер, 2000.

5. Управление персоналом организации [Текст]: учебник / под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2001.

6. Лукашевич, В.В. Основы управления персоналом [Текст]: учебное пособие / В.В. Лукашевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – КНОРУС, 2010. – 240 с.

7. Яркина, Т.В. Основы экономики предприятия [Текст]: учеб. пособие / Т.В. Яркина. – М.: Российский гуманитарный интернет-университет (РГИУ), 2005. – 85 с.

УДК 334.7:338.242:331.101.3:174

УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

к.э.н., доцент Н.Ю. Шинакова
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Ключевые слова: корпорация, корпоративная социальная ответственность, кодексы корпоративного поведения и профессиональной этики, приоритетные направления и механизмы реализации корпоративной социальной ответственности, нефинансовые отчеты.

В статье рассматриваются вопросы управления корпорациями с учетом принципов социальной ответственности, а также приоритетные направления и механизмы реализации корпоративной социальной ответственности в современных российских и зарубежных компаниях. Освещена проблема критериальной оценки деятельности работы менеджеров корпораций на основе нефинансовой отчетности.

Согласно последней редакции ГК РФ корпорации, – это юридические лица, учредители (участники) которых обладают правом участия (членства) в них и формируют их высший орган управления. Корпоративные организации могут быть как коммерческими, так и некоммерческими. К ним относятся хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйственные партнерства, производственные и потребительские кооперативы, общественные организации, общественные движения, ассоциации

(союзы), товарищества собственников недвижимости, казачьи общества, внесенные в государственный реестр казачьих обществ в Российской Федерации, а также общины коренных малочисленных народов Российской Федерации [1].

Высшим органом корпорации является общее собрание ее участников. В некоммерческих корпорациях и производственных кооперативах с числом участников более ста высшим органом может являться съезд, конференция или иной представительный (коллегиальный) орган, определяемый их уставами в соответствии с законом [1].

Каким образом происходит управление корпорациями с учетом согласования интересов разных сторон и нахождение взаимопонимания?

В широком смысле понятие корпорации можно рассматривать как некое объединение, союз, который возникает на основании общих интересов. Предполагается, что наилучший способ удовлетворения индивидуальных интересов возможен только при включении индивидов в сообщество, в организацию. Важно создать такую организацию, где будут учтены интересы всех заинтересованных сторон, а это возможно только в организации, которая опирается на принципы социальной солидарности и ответственности перед всеми.

Интерес к управлению организациями с учетом корпоративной социальной ответственности возник на протяжении последних десятилетий. Существует две точки зрения на то, как должна вести себя организация по отношению к своему окружению. Согласно одной, организация социально ответственна, если производство в ней осуществляется эффективно, вовремя выплачивается заработная плата, отчисляются налоги, расширяется производственный штат сотрудников и т.д. Данную точку зрения подтверждает теория корпоративного эгоизма, разработанная М. Фридманом, утверждающая, что «существует лишь одна социальная ответственность делового мира – использовать свои ресурсы и заниматься деятельностью, направленной на увеличение прибыли, при условии соблюдения правил игры, то есть заниматься открытой свободной конкуренцией без обмана и мошенничества» [2].

Согласно другой точке зрения, организация социально ответственна при условии, что не только выполняет все перечисленные выше требования, но и добровольно участвует в решении проблем, стоящих перед обществом в целом. Теории корпоративного альтруизма и «разумного эгоизма» подтверждают данную точку зрения. В рекомендациях авторов теории корпоративного альтруизма подчеркивалось, что «корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества американской жизни» [2]. Теория «разумного эгоизма» настаивает на том, что социально ответственный бизнес – это просто «хороший бизнес», поскольку сокращает долгосрочные потери в прибыли. Тратя деньги на социальные и филантропические программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, таким образом, – устойчивые прибыли в будущем [2]. Проявление социальной ответственности позво-

ляет улучшить имидж корпорации, отношения в коллективе, привлечь новых клиентов, увеличить объемы продаж своей продукции (услуг), в результате чего растет стоимость акций корпорации на рынке.

В начале XXI века под натиском общественного давления в развитых странах к компаниям стали предъявляться требования по включению социальных вопросов в корпоративные стратегии. Сегодня менеджеры вынуждены удовлетворять запросы различных связанных с компанией групп влияния по выделению ресурсов на цели по социальной ответственности. Это давление исходит от различных групп, включая акционеров. Примерами давления со стороны сотрудников являются признание определенных прав работников на рабочих местах, включая такие вопросы, как обеспечение безопасности и охраны здоровья; отсутствия дискриминации при найме, увольнении и повышении; привязка оплаты труда к результатам деятельности; разумная политика при сокращении персонала; предоставление отпуска с учетом семейных обстоятельств; а также наделение сотрудников акциями компании и др. Давление со стороны потребителей заключается в требованиях по удержанию повышения цен для покрытия растущих затрат, к производству безопасной продукции и предоставлению большего объема потребительской информации. Давление со стороны представителей местного сообщества и «зеленых» состоит в следующем: предъявлении бизнесом гарантий того, что производственная деятельность не несет угрозу безопасности местного сообщества; оказании финансовой помощи местным меньшинствам; предоставлении специального обучения и рабочих мест для наиболее активной части безработных; осуществлении инвестиций в оборудование, сокращающее загрязнение окружающей среды; внесении благотворительных пожертвований и взносов в некоммерческие организации, а также в привлечении высших руководителей компаний к неоплачиваемой общественной работе в различных общественных советах и другим некоммерческим инициативам.

В то же время возрастает давление по поводу более высоких финансовых показателей деятельности со стороны инвесторов, чья главная обязанность заключается в получении максимального дохода на находящийся в их управлении капитал, поэтому менеджеры компаний вынуждены предпринимать все возможное для того, чтобы повысить стоимость акций. Это, в свою очередь, ведет к необходимости поиска баланса между силами, борющимися за максимизацию прибыли, и силами, выступающими за лучшие показатели социальной деятельности.

Концепции управления организациями с точки зрения корпоративной социальной ответственности появились в России сравнительно недавно. Еще 4-5 лет назад фраза «корпоративная социальная ответственность» вряд ли была бы понята в бизнес-сообществе. Однако в последнее время тема корпоративной социальной ответственности активно обсуждается как на уровне государства, так и на уровне российского бизнеса, который является субъектом, осуществляющим применение концепции корпоративной социальной ответственности.

Чтобы понять предпосылки и особенности формирования социально ответственного бизнеса в России, необходимо обратить внимание на исторические корни развития российского бизнеса и особенности взаимоотношений бизнеса с государством и обществом.

Становление социально ответственного бизнеса в России связано, прежде всего, с развитием рыночных отношений. Рынок предполагает обмен, в процессе которого каждый участник рыночных отношений реализует свой экономический интерес, принимая во внимание интересы других участников рынка. При обмене могут сталкиваться противоположные интересы, но компромисс достигается благодаря взаимозависимости участников обмена. Важнейшими характеристиками рынка являются частная собственность, конкуренция, предпринимательство. Цивилизованный рынок предполагает конкуренцию, то есть наличие некоторого количества производителей идентичного товара. Когда товар идентичен уже имеющемуся на рынке, необходим поиск конкурентных преимуществ. В таком случае имидж социально ответственной компании дает это преимущество как в глазах потребителей, так и государства и общества в целом.

Важнейшей предпосылкой формирования корпоративной социальной ответственности российского бизнеса является выход российских корпораций на международный рынок, где заданы определенные стандарты социально ответственного поведения. Большое влияние на формирование социально ответственного управления оказывает присутствие международных корпораций на российском рынке, которые демонстрируют стандарты поведения в сфере социальной ответственности.

Руководители корпораций осознают, что необходимы цивилизованные рамки ведения бизнеса, опирающиеся на этические принципы, которые были приняты в 1995 г. Хартией бизнеса. Хотя эти принципы адресованы личности предпринимателя, они являются ориентиром для всех участников сферы бизнеса, и вполне могут быть адресованы корпорации как крупному предпринимателю. Основная идея принципов состоит в том, что никакое законодательство не может предусмотреть все тонкости, все повороты ситуаций в бизнесе, и при принятии решений без опоры на совесть не обойтись [4].

Неотъемлемой частью корпоративной культуры является формирование образа компании в целом и каждого её сотрудника, выполняющего предписанные ему социальные обязанности и заботящегося о принесении возможно большей пользы всему обществу. С этой целью многие корпорации разрабатывают кодексы корпоративного поведения и профессиональной этики, цель которых – установление этических норм и правил поведения для достойного выполнения работниками организаций своей профессиональной деятельности.

Следовательно, управление корпорациями на основе социально ответственного поведения – это возможность для корпорации реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости. Корпоративная социальная ответственность – это отвечающая специфике и уровню

развития корпорации, регулярно пересматриваемая и динамично изменяющаяся совокупность обязательств, добровольно и согласованно вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, принимаемых руководством компании с учетом мнений персонала и акционеров, выполняемых в основном за счет средств корпорации и нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию компании (рост объемов производства, повышение качества продукции и услуг и др.), улучшению ее репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями [3].

Корпоративный уровень социальной ответственности предполагает реализацию следующих направлений:

1) ответственные практики в отношении персонала;
2) природоохранная деятельность и ресурсосбережение;
3) добросовестная деловая практика;
4) ответственные практики в отношении потребителей;
5) развитие местного сообщества.

Первое направление – ответственные практики в отношении персонала – это направление социальных программ компании, которые проводятся в рамках стратегии развития персонала, с целью привлечения и удержания талантливых сотрудников. В числе социальных программ по развитию персонала компании могут использоваться следующие направления деятельности: обучение и профессиональное развитие, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление сотрудникам социального пакета, создание условий для отдыха и досуга, поддержание внутренних коммуникаций в организации, участие сотрудников в принятии управленческих решений, охрана труда и обеспечение безопасности на рабочем месте, медицинское обслуживание персонала на предприятии и т.п.

Второе направление – природоохранная деятельность и ресурсосбережение – осуществляется по инициативе компании с целью сокращения вредного воздействия на окружающую среду. Проводятся программы по экономному потреблению природных ресурсов, повторному использованию и утилизации отходов, предотвращению загрязнения окружающей среды, организации экологически безопасного производственного процесса, организации экологически безопасных транспортных перевозок, проводятся акции по озеленению и «субботники» компании и т. п.

Третье направление – добросовестная деловая практика – имеет целью содействие принятию и распространению добросовестной деловой практики между поставщиками, бизнес-партнерами и клиентами компании. Это информационная открытость в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон, в организации крупными компаниями программ содействия малому бизнесу, в программах по доб-

ровольному ограничению сфер ведения бизнеса – например, распространение табачными компаниями политики отказа от продажи сигарет несовершеннолетним, а также сотрудничество с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и другими общественными организациями.

Четвертое направление – ответственные практики в отношении потребителей – это предоставление качественных товаров и услуг, не представляющих угрозы для здоровья и жизни потребителей, добросовестное информирование о свойствах продукции и услуг, наличие процедур возмещения ущерба в случае предоставления товаров и услуг неудовлетворительного качества, обеспечение конфиденциальности личных данных потребителей, производство и продвижение среди покупателей товаров и услуг, обладающих социальными и экологическими преимуществами и т.п.

Пятое направление – развитие местного сообщества – осуществляется на добровольной основе, внося вклад в развитие местного сообщества. Компании оказываются вовлеченными в жизнь местного сообщества путем осуществления различных социальных программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения, оказания поддержки детству и юношеству, поддержки сохранения и развития жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения, спонсирования местных культурных, образовательных и спортивных организаций и мероприятий, поддержки социально значимых исследований и кампаний, участия в благотворительных акциях и т. п.

Таким образом, социальная ответственность есть не что иное, как процесс достижения баланса различных интересов. Управление бизнесом на основе принципов социальной ответственности должно привести в соответствие показатели экономической, этической и социальной деятельности, а также добиться баланса интересов различных связанных с компанией организаций и людей. Это означает, что существуют двойные критерии оценки итогов деятельности работы менеджеров, которые выражаются в экономических и неэкономических показателях. Появление у компаний инициатив в области корпоративной социальной ответственности привело к тому, что им захотелось рассказать о тех инициативах, что они делают для общества и окружающей среды – появились первые нефинансовые отчеты, которые в отличие от финансовых, были адресованы широкому кругу заинтересованных сторон. С одной стороны, нефинансовый отчет – инструмент анализа и планирования деятельности компании в области социальной ответственности, с другой – анализ экологической, социальной и экономической эффективности компании. Нефинансовый отчет – это публичное доказательство эффективного управления репутацией и ответственной конкуренции [5].

Современная ситуация в России характеризуется необходимостью разработки и распространения практических систем и методик развития корпоративной этики и социальной ответственности как на уровне компании, так и на уровне делового сообщества в целом. Основными приоритетами при этом

являются обеспечение взаимовыгодных интересов для бизнеса и общества, использование ведущих международных стандартов, определение направлений и форм реализации социальной ответственности, которые позволяют при этом удовлетворить интересы самой корпорации наилучшим образом. Соответственно, главными целями бизнеса в социальном контексте являются обеспечение устойчивого развития, как для предприятий, так и для всего общества в целом, а также увеличение своей привлекательности для общества. Социальная функция в данном случае минимально реализуется – за счет, в частности, создания материальных и нематериальных ценностей, сохранения или увеличения количества рабочих мест, добросовестной деловой практики в рамках предписанных обществом обязательств.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) (в ред. Федерального закона от 23.05.2015 № 133-ФЗ).

2. Коротков, Э.М. Корпоративная социальная ответственность (для бакалавров) [Текст] / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Юрайт, 2013. – 445 с.

3. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: standart Gost. ru / Рост_Р_ИСО_26000.

4. Социальная хартия российского бизнеса. Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rspp.ru.

5. Нефинансовая отчетность. Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: рспп.рф/simplpage/474.

УДК 001.895:330.322.011

СОДЕРЖАНИЕ ЗАЯВОК НА ПОДДЕРЖКУ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ НА ИХ РЕЗУЛЬТАТЫ

к.э.н., доцент Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Заявки и предложения, касающиеся финансирования инновационных проектов, часто остаются без ожидаемой авторами-заявителями поддержки по двум чаще всего встречающимся причинам.

Первой причиной является неверный выбор инвестора или недостаточный учёт его интересов. Интерес инвестора должен соответствовать результативному эффекту, который ожидается от реализации предлагаемой инно-

вационной идеи: коммерческому, социальному, экологическому, образовательному и т. д. Учёт интересов правильно выбранного потенциального инвестора должен выражаться в том, что в представляемом ему заявительном документе в обязательном порядке должна указываться количественная оценка интересующего его эффекта: или предмета его личного интереса, или показателя, по которому оценивается соответствующая деятельность.

Чаще всего инновационные проекты нацелены на предпринимательскую перспективу. В этих случаях в заявке должно быть указано улучшение показателя, так или иначе связанного с прибылью, как цель предпринимательской деятельности. Поскольку всякий инновационный проект характеризуется значительной степенью неопределённости результата, то в лучшем случае удаётся оценить увеличение прибыли, приведённое к какой-либо единице: конкретному станку, технологической линии, гектару сельхозугодий и т. п. Таким показателем может быть сокращение удельных затрат на единицу производства, повышение урожайности и т. п.

Инновационный проект социального характера может характеризоваться, например, величиной повышения среднего дохода на работника предприятия или жителя региона, снижением текучести кадров, падением уровня безработицы, сокращением укусов людей бродячими собаками и т.п.

Если результативный эффект инновационной идеи имеет экологическую направленность, то в заявительном документе необходимо указать сокращение концентрации вредного вещества на единицу объёма жидкости или газовой среды, на единицу площади земной поверхности или сокращение интенсивности вредного воздействия на организм человека, животного и т. п.

Образовательный эффект инновационной идеи может быть оценен количеством студентов, выступавших на научных конференциях, ростом среднего балла по результатам ЕГЭ в конкретной школе, на конкретной территории, количеством выпускников, трудоустроенных по полученной в данном вузе специальности и т. п.

Вторая причина неудач при поиске инвестиций заключается в том, что содержание заявительных документов недостаточно учитывает текущее состояние дел по реализации положенной в их основу инновационной идеи. Не указывается, какие неопределённости результата и риски неудач уже сняты, а какие требуют усилий и средств для их устранения. В значительной части заявок нет акцента на то, что их целью не является окончательная реализация всего инновационного цикла, а предполагается только решение проблем одного из его этапов. Это создаёт у потенциального инвестора впечатление, что авторами проект недостаточно проработан, что у них нет полной ясности о предстоящих объёмах работ и необходимых для них ресурсов и времени.

Для решения рассматриваемой проблемы наиболее адекватным является выделение пяти этапов инновационного цикла [1, с. 84-85].

Достаточно часто встречаются инновационные проекты, в которых идея использовать имеющиеся знания на практике уже появилась на первом этапе, и теоретическое доказательство её реализуемости уже состоялось на

втором этапе. Поэтому состояние работ в подобных случаях соответствует третьему этапу инновационного цикла: практическому подтверждению реализуемости предложенной идеи в лабораторных или аналогичных им упрощённых, искусственных условиях. В таких проектах (заявках на финансирование) помимо перспективной, стратегической цели проекта, о чём речь шла выше, следует чётко сформулировать промежуточную цель, соответствующую данному этапу: поставить вопросы, для ответов на которые планируется эксперимент. Необходимо охарактеризовать условия, в которых должен быть осуществлён эксперимент, изложить, в чём он состоит (его технологию), сообщить, какие специалисты, какой квалификации и на какой временной период для этого потребуются. Важно перечислить всё необходимое оборудование, расходные материалы, оценить предстоящие затраты энергии и все другие расходы. Должны быть сформулированы критерии оценки успешности. Заявителям следует помнить, что технология осуществления эксперимента, а также его результаты могут являться секретом производства («ноу-хау»), поэтому, передавая проект или заявку на рассмотрение, необходимо в обязательном порядке оформлять договор о конфиденциальности предоставляемой и ожидаемой информации с указанием санкций за её нарушение.

Инновационные идеи, успешно проведённые через третий этап, требуют подтверждения своей реализуемости уже в реальных производственных условиях, что соответствует четвёртому этапу инновационного цикла. Принципиальным отличием четвёртого этапа от третьего является необходимость для его осуществления реальных производственных условий, которыми заявитель в большинстве случаев не располагает. Создание таких условий специально для производственного эксперимента вряд ли оправдано в силу значительных затрат. Поэтому следует использовать для этого уже действующие производственные мощности, для собственника которых проведение данного эксперимента связано с потерей части продукта и соответствующей прибыли. Идя на такую жертву, собственник ожидает соответствующих дивидендов. Потери рассматриваются им как собственные инвестиции, и он становится инвестором или соинвестором. Отличие эксперимента четвёртого этапа от эксперимента третьего заключается в ужесточении условий протекания исследуемых процессов, в большей их масштабности и соответствующих затрат, в более жёстких временных рамках, в значительных затратах, связанных с изготовлением специального оборудования, пригодного для промышленного эксперимента. В проектах, соответствующих четвёртому этапу, стратегическая цель должна и может формулироваться более конкретно и точно, так как часть неопределённости уже снята и показатели, связанные с прибылью, должны привязываться к конкретному производству. Тем не менее, должна чётко формулироваться цель конкретного этапа, проблемы, на которые должны быть получены ответы, масштабы затрат как со стороны заявителя, так и со стороны собственника производства. Как и в случае

третьего этапа, на четвёртом этапе следует позаботиться о сохранении конфиденциальности информации о предстоящих работах и их результатах.

После успешно осуществлённых работ четвёртого этапа следует пятый – полномасштабное внедрение инновационной идеи в производство. В таких случаях, как и на четвёртом этапе, необходимо конкретное производство, собственник которого неизбежно становится инвестором (или соинвестором). Цель такого проекта должна формулироваться уже максимально конкретно. Результаты предыдущих этапов и конкретика производственных условий создают возможность для расчёта всех стандартных показателей оценки, используемых при обосновании инвестиционных проектов: внутренней нормы доходности, чистой приведённой стоимости, индекса рентабельности инвестиций, дисконтированного срока окупаемости и др. Всё сказанное выше о планировании затрат и о конфиденциальности информации актуально и на пятом, окончательном этапе инновационного цикла.

Весьма важным моментом в работе по планированию инновационных проектов и оформлению заявок на их финансирование является учёт затрат на их осуществление. Помимо оценки масштабов предстоящих вложений соотношение величин затрат авторов-заявителей проекта и инвесторов определит соотношение, в котором могут распределяться будущие имущественные права на создаваемый интеллектуальный продукт. По действующему в России законодательству, если разработка научно-технического продукта осуществляется полностью за счёт заказчика (инвестора), то исполнителю достаются только авторские права, все же дивиденды достаются плательщику, если исполнитель и заказчик заранее не оформят между собой иные условия. Тщательный подсчёт автором-исполнителем своих затрат и затрат инвесторов создаст базу для соответствующих переговоров.

Доля автора в имущественных правах на интеллектуальный продукт третьего этапа инновационного цикла (Da) может составлять:

$$\mathrm{Da3} = \frac{Ca3}{Ca3+Cu3},$$

где Са – затраты автора на осуществление третьего этапа;

Си – затраты инвестора на осуществление третьего этапа.

Доля автора в имущественных правах на интеллектуальный продукт четвёртого этапа инновационного цикла (Da4) может составлять:

$$\mathrm{Da4} = \frac{Ca4}{Ca4+Cu4} * \frac{Ca3}{Ca3+Cu3},$$

где Са4 – затраты автора на осуществление четвёртого этапа;

Си4 – затраты инвестора на осуществление четвёртого этапа.

Доля автора в имущественных правах на интеллектуальный продукт пятого этапа инновационного цикла (Da5) может составлять:

$$Da5 = \frac{Ca5}{Ca5+Cu5} * \frac{Ca4}{Ca4+Cu4} * \frac{Ca3}{Ca3+Cu3},$$

где Са5 – затраты автора на осуществление пятого этапа;

Си5 – затраты инвестора на осуществление пятого этапа.

Предложенный методический подход был опробован на практических занятиях по менеджменту в студенческих группах второго курса технологического факультета ФГБОУ ВПО «Ярославская государственная сельскохозяйственная академия» в 2014-2015 учебном году. Студентами осуществлены предпроектные оценки 13 инновационных идей:

- выведение культурного сорта черники;
- всесезонная выгонка ландышей;
- биологичекая мелиорация переувлажнённых почв;
- уничтожение борщевика с помощью гербицидов;
- утилизация отходов лесного хозяйства;
- выращивание имбиря в Ярославской области;
- рацион питания для спортивных лошадей;
- выявление в продуктах питания консервантов с помощью дрессированных крыс;
- выращивание налимов;
- производство мясного сырья из стволовых клеток коровьих эмбрионов;
- производство малинового кваса;
- единое руководство по кролиководству.

Литература

1. Ягодин, Д.В. Экономический аспект инноваций в образовании [Текст] / Д.В. Ягодин // Ярославский педагогический вестник. Научно-методический журнал. – ЯГПУ. – Ярославль. – 2007. – № 2 (51). – С. 82-88.

СЕКЦИЯ «ПРЕДПРОЕКТНЫЕ ОЦЕНКИ БИЗНЕС-ИДЕИ»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

УДК 631.1:630*231.322:631.831

ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ УТИЛИЗАЦИИ ОТХОДОВ ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА

Н.В. Антропов, Н.М. Кулёмина
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

В сельском хозяйстве Ярославской области у слабых хозяйств явный дефицит удобрений, и в качестве их источников можно использовать золу, получаемую при расчистке и сжигании сухостоя, бурелома и т.д. В лесном хозяйстве же существует проблема захламления лесных угодий сухостоем, буреломом, которые являются источником инфекции для здоровых растений.

Для совместного решения проблем можно реализовать идею производства золы как удобрения, используя в качестве сырья древесину, являющуюся источником захламления и заражения лесных угодий. Для лесного хозяйства данная проблема является достаточно серьезной, т.к. ежегодно в России происходит более 18 тыс. лесных пожаров, также лесные угодья засорены валежником; а гниение древесины на больших участках способствует распространению болезней леса.

Для реализации этой идеи предполагается создание инновационного проекта, цель которого – производство из отходов лесного хозяйства экологически безупречных удобрений. Таким удобрением является зола. Кроме получения золы за расчистку лесных угодий от захламления возможно получение денежного вознаграждения. Благодаря же установке в своей конструкции теплоэлектрогенератора возможно преобразование тепловой энергии в электрическую и ее аккумуляция, с целью последующей реализации.

Данную идею мы относим к 4 этапу, т.к. качества золы как удобрения известны с давних времен. Оценим затраты на его осуществление.

Изготовление печи – 70000 руб.; аренда трактора – 1200 руб./час; заработная плата работника с социальными отчислениями – 20000 руб./мес.; покупка инвентаря (весы, огнетушители, бензопила, спецодежда и пр.) – 20000 руб.

Приведенный объем заготовки древесины и аккумуляции энергии даны лишь как пример.

Объем топки 1 $м^3$. Примерный выход золы – 1-3 кг в зависимости от породы дерева.

В день на 1 печи возможно сжигание 2-х кубометров, следовательно, золы мы получим 2-6 кг в день.

Средняя цена золы 25 руб./кг, следовательно в день выручка составит 50-150 рублей. В месяц соответственно 1000-3000 рублей.

Также возможно преобразование тепловой энергии, выделяемой при сгорании древесины, в электрическую и её аккумуляция.

При КПД термоэлектропреобразователя 1% выработка электроэнергии от сгорания 1м^3 сухостойной осины – 21,81 кВт*ч

При стоимости 1 кВт*ч электроэнергии для предприятий – 4,5 руб., стоимостная оценка: 21,84*4,5 = 98 руб.

Чтобы добыча золы была рентабельной, необходимый объем сжигаемой древесины должен быть намного выше, чем в приведенном примере. Например, при сжигании 24 м^3 древесины, выход золы составит: 24*2 (кг) = 48 кг, т.е. выручка в день = 48*25=1200 руб., в год – 875*247= 296400 рублей (при указанном выходе золы).

Количество аккумулируемой энергии соответственно будет больше, но оно также зависит от КПД термоэлектропреобразователя и характеристик энергонакопителя.

Однако денежный доход возможно получать за расчистку зараженных массивов от лесхозов. «ФАЛС» (федеральное агентство лесного хозяйства) проводит подобные санитарные мероприятия и соответственно может прибегнуть к услугам сторонних предприятий.

При данных показателях месячная выручка составляет 24000 рублей, что окупает только 1 работника. Т. е. от количества аккумулируемой и реализуемой электроэнергии, а главным образом от размера денежного вознаграждения от лесхоза, и будет зависеть уровень рентабельности.

УДК [631.1:338.512:633.825](470.316)

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ВЫРАЩИВАНИЯ ИМБИРЯ В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

Л.А. Виноградова, В.И. Кривов
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Имбирный эль, имбирный чай, имбирные пряники – все это навевает мысли о чем-то очень европейском (или, наоборот, совсем восточном), очень вкусном и даже в некоторой степени очень сказочном. И уж никак не об экзотическом лекарственном растении, выходце из южных стран, которое напоминает своим видом побеги бамбука и, кстати, очень красиво цветет. Большинство из нас сегодня знакомо с имбирем благодаря моде на японскую кухню и традиции подавать кусочки маринованного имбиря к суши и роллам. Зная его как пряность, вопросом «имбирь: выращивание или покупка» мы не озадачиваемся.

А между тем имбирь запросто может стать комнатным или садовым зеленым питомцем. Это не только универсальная пряность и афродизиак, но и

одно из самых древних лекарственных и красивоцветущих растений. Ценится имбирь за удивительные свойства корня, похожего на мистического мандрагорового человечка. Он имеет аромат, напоминающий смесь мяты и лимона и ни с чем несравнимый жгучий вкус. Его добавляют в сладкие и горькие напитки, в мясные и рыбные блюда, в десерты и в выпечку.

Как выглядит само растение, мало кто знает, так как все привыкли видеть имбирь только в виде свежего или сушеного корня или ароматного порошка. Поэтому экспериментаторский настрой любителей комнатного и дачного цветоводства провоцирует на выращивание этого экзотического растения в цветочном горшке или на дачном участке. И как показывает практика, сделать это несложно. При заботливом уходе и подходящих условиях имбирь может достичь метровой высоты и даже зацвести.

Пряные корешки имбиря готовы для употребления по своему прямому назначению уже через три-четыре месяца после посадки. Но к этому времени они еще довольно маленькие, хотя и обладают всеми вкусовыми и ароматическими качествами. Для получения хорошего урожая требуется хотя бы восемь-десять месяцев.

Свежие молодые листья и стебли имбиря также съедобны. Их можно использовать для приготовления салатов в любое время, но обрезка повредит получению крупных корневищ.

Хранить свежие корешки имбиря можно в сухом месте или в холодильнике несколько месяцев. Для более длительного хранения корневища следует измельчить и высушить. Кстати, сушеный имбирь обладает более сильным ароматом и жгучестью.

Цель данной инновационной идеи – освоить в России рынок промышленное выращивание имбиря в целях импортозамещения. Состояние работ соответствует 4 этапу инновационного цикла.

Для достижения цели нам нужно решить следующие задачи:

- оценить затраты;
- оценить коммерческие перспективы;
- сделать вывод о перспективах данного проекта.

Выращивать имбирь можно в условиях закрытого грунта. В этом случае затраты на 3 этап приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Затраты на 3 этап для закрытого грунта

Вид затрат	Количество	Стоимость
Натриевые лампы	3 шт.	1500 * 3 = 4500 руб.
Ящик	1 шт.	200 руб.
Фольга	1 шт.	70 руб.
Грунт	10 кг	200 * 10 = 2000 руб.
Удобрения	3 кг	260 * 3 = 680 руб.
Имбирь	1 кг	280 руб.
Электроэнергия	8 мес.	720 руб.

Коммерческие перспективы создаются высокой ценой имбиря.

На основе исследования мы пришли к выводу о том, что выращивание имбиря в средней полосе России не только возможно, но и очень выгодно.

УДК 338.512:634.739.2/.3

ВЫСОКОРЕНТАБЕЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО КАЧЕСТВЕННОЙ КЛЮКВЫ ОТЕЧЕСТВЕННОГО СОРТА

К.Ю. Галаева
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Клюква в силу содержащихся в ней полезных веществ считается ценным продуктом питания. Она также служит сырьем, из которого производят препараты, выводящие из организма тяжелые металлы. Еще во времена глубокой древности клюкву широко применяли как ценное средство для лечения и профилактики разных болезней. Продукты, которые производят из клюквы, обладают значительным рядом полезных не только лечебных, но и профилактических свойств. Они укрепляют наши капилляры, обладают противовоспалительными действиями, заживляют раны, и мн. др. Вдобавок ко всему, клюква активно используется в косметических целях. Но весь сбор клюквы в стране осуществляется не на плантациях, как в Северной Америке, а на неокультуренных болотах. Североамериканская сортовая клюква хотя и очень урожайная, но более прихотлива к условиям выращивания и обладает меньшей пищевой ценностью. Выведенные же культурные сорта отечественной клюквы, не менее урожайные по литературным источникам, не возделываются пока на плантациях.

Цель данной работы – осуществить предпроектную оценку бизнес-идеи по освоению промышленного выращивания отечественного сорта клюквы.

Для достижения этой цели предполагается решение следующих задач:

- оценка начальных затрат по организации данного бизнеса;
- оценка текущих затрат;
- оценка основных показателей эффективности данного бизнес-проекта;
- оценка перспективности.

Стратегическая цель: производство клюквы на плантации площадью 2 га с достижением годового урожая в 32 т через 5 лет.

Начальные затраты включают следующие составляющие: разработка грунта 4260000 руб.; транспортировка грунта 4260000 руб.; тара (бочки ёмкостью по 200 л) 200000 руб.; помпа 18000 руб.; 300000 саженцев – 51000000 руб.; трудозатраты 1050000 руб. Всего 61000000 рублей.

Текущие – за время эксплуатации плантации после достижения максимальной урожайности определятся зарплатой рабочим – 1600000 руб.

Выручка при цене в 80 руб./кг и урожае 32000 кг составит 2560000 руб.

Текущая годовая прибыль, равная разнице между выручкой и годовыми затратами, составит 960000 руб.

Коэффициент рентабельности, равный текущей годовой прибыли, делённой на текущие годовые затраты, оставит 0,6.

Как правило, спрос на клюкву большой, ее приобретают многие предприятия пищевой промышленности при изготовлении йогуртов, мороженого, в кондитерских цехах для тортов, пирожных, конфетные фабрики и т. д. Кроме того, реализацию можно организовать через торговые точки на рынках.

Срок окупаемости начальных затрат, равный начальным затратам, делённым на текущую годовую прибыль, составит 64 года. Такой значительный срок окупаемости связан с весьма высокой ценой рассады, установившейся в условиях дефицита в период монопольного положения на данном рынке авторов-селекционеров. Сократить срок окупаемости можно, увеличив прибыль путём реализации не только ягод, но и такой дорогой рассады.

УДК 631.1:338.512:632.51:632.954

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ УНИЧТОЖЕНИЯ БОРЩЕВИКА С ПОМОЩЬЮ ГЕРБИЦИДОВ

О.Н. Гомзина, Т.Е. Летукова, В.А. Орликова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Рассматривается проблема, связанная с сорным растением борщевик, борьба с которым в настоящее время имеет первостепенное значение в сфере сельского хозяйства.

Борщевик – это крупное травянистое растение семейства Зонтичные. Оно способно нанести сильные и долговременные ожоги, а его сок является мутагеном, вызывающим мутации и рак. Эфирные масла борщевика угнетают культурные растения и почву рядом.

В связи с тем, что борщевик захватывает все большие территории, теряется часть земель, которая могла бы использоваться для выращивания сельскохозяйственных культур. Он представляет также опасность для человека и животных. На данный момент не существует эффективного и безопасного метода борьбы с данным видом сорняка.

Целью нашего инновационного проекта является повышение рентабельности использования сельскохозяйственных земель путем истребления борщевика с помощью применения технологии использования гербицидов.

Состояние работ соответствует 3 этапу инновационного цикла.

Чтобы достичь поставленной цели, мы должны решить следующие задачи:

1) оценить затраты на 3 этап;

2) оценить коммерческую перспективу проекта;

3) сделать вывод о перспективности данного проекта.

Затраты на 3 этапе составляют 14080 рублей. В них входит: аренда трактора для покоса и химобработки, аренда лаборатории, покупка спецодежды для защиты тела от борщевика и применяемых химикатов, а также покупка гербицидов 2-х видов (Анкор-85 и Арсенал).

Наиболее действенное средство для уничтожения борщевика – гербициды сплошного типа. С их помощью можно уничтожить заросли вредного сорняка путем химической обработки в период перед его цветением. Правильный выбор гербицидов позволяет не только избавить землю от борщевика, но и сохранить плодородие почвы при минимальных затратах.

Для предотвращения несанкционированного попадания препарата на соседние участки, опрыскивание следует делать в безветренную погоду, без воздействия прямо падающих солнечных лучей, то есть утром или вечером. Высокая относительная влажность воздуха, а также выпадение осадков после применения гербицидов не снижает их фитотоксического действия.

В своем проекте мы используем два вида гербицидов: Арсенал и Анкор-85, чье действие сравним с наиболее известным средством против борщевика – «Раундап». Несмотря на частое использование «Раундапа», он не уничтожает всходы борщевика полностью, а главное его составляющее – глифосат – ядовит для растений и человека. Это вещество убивает червей в почве, лишая ее плодородия, повысить которое можно лишь с помощью внесения минеральных удобрений. Мы попытаемся выявить наиболее результативный гербицид и способ его внесения, чтобы избежать подобного эффекта.

Опрыскивание проводится перед началом цветения борщевика (апрель, май, июнь). Трактор скашивает сорняки и обрызгивает их стебли смесью гербицидов. Данная операция проводится 2-3 раза с интервалом от 7 до 14 дней.

С помощью применяемых гербицидов мы сохраним теряющиеся ежегодно 3-5% сельскохозяйственных угодий и земель вблизи дорог, стоимостью в 38.200.000 рублей, которые в дальнейшем можно будет использовать по назначению.

Таким образом, данная инновационная идея имеет коммерческую и социальную перспективу, так как при минимальных затратах мы уничтожаем борщевик, при этом не снижая плодородия почвы и не угнетая культурные растения, растущие рядом с ним, и сохраняем дорогостоящие земли.

УДК 631.1:338.512:631.6

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ТЕХНОЛОГИИ БИОЛОГИЧЕСКОЙ МЕЛИОРАЦИИ ПЕРЕУВЛАЖНЕННЫХ ПОЧВ

Н.С. Долгова, Е.Н. Сверчкова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

В Ярославской области есть участки с почвой, богатой гумусом, которые могли бы обеспечить соответственно высокий урожай. Но их сельскохозяйственному использованию препятствует чрезмерная увлажненность. Они находятся в низменных пойменных местах. Состояние работ по данному инновационному проекту соответствует 3 этапу инновационного цикла.

Цель данной работы – оценка перспективности инновационной идеи биологической мелиорации переувлажненных почв.

Для достижения цели предполагается решить следующие задачи:

- оценка затрат на соответствующий этап инновационного цикла;
- оценка возможного эффекта в случае успешности реализации данной инновационной идеи;
- заключение о перспективности данного проекта.

Третий этап предусматривает подготовку трёх экспериментальных площадок и апробация на них трёх различных видов многолетних растений, интенсивно потребляющих влагу из почвы. Поле посадки предполагается анализ проб почвы на содержание влаги. По результатам этой работы предполагается оценка перспективности идеи и выбор наилучшего растения.

Таблица 1 – Трудозатраты на подготовку почвы и пересадку

Виды и объём работ	Необходимое время
Выкопка 1 дерева	15 мин.
Посадка 1 дерева	15 мин.
Выкопка 120 деревьев	30 ч
Посадка 120 деревьев	30 ч
Выкопка 4 ям	1 ч
Выкопка 120 ям	30 ч
Поиск 1 дерева	15 мин.
Поиск 120 деревьев	30 час.

На 10 деревьев затрачивается 1 день, а на 120 деревьев – 12 дней.

Таблица 2 – Затраты на отбор и анализ проб

Периоды (дни)	Количество анализов	Количество проб	Всего проб
15.04-31.05	6	13	78
01.06-15.10	10	13	130
Итого			208

Таблица 3 – Затраты на третий этап проекта

Показатели	Берёза	Ива	Ольха
Человеко-дней на подготовку, пересадку и анализ влажности	22	22	22
Заработная плата с социальными отчислениями, тыс. рублей	20	20	20

Итого затрат на реализацию третьего этапа:
- всего дней – 66;
- всего денежных средств – 60 тыс. руб.

Ожидаемая урожайность на сельскохозяйственных угодьях с использованием данной инновационной идеи в 2 раза превысит имеющуюся в Ярославской области урожайность на данный момент.

Вывод: биологическая мелиорация переувлажненных почв способствует повышению качества урожайности и предлагаемая инновационная идея является перспективной.

УДК 001.895:338.512:664:631.002.6:658.562:631.528.2:599.323.4

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ВЫЯВЛЕНИЯ В ПРОДУКТАХ ПИТАНИЯ ГМО И КОНСЕРВАНТОВ С ПОМОЩЬЮ ДРЕССИРОВАННЫХ КРЫС

О.В. Ивачкина
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

В России в настоящий момент производство генномодифицированнх продуктов запрещено. Однако импорт продуктов питания, которые содержат генномодифицированные компоненты, разрешен. В основном в Россию завозят модифицированные сою, кукурузу, картофель и свёклу из США.

Генномодифицированный организм (ГМО) – это организм, генотип которого был искусственно изменён при помощи методов генной инженерии. Это применяется для растений, животных и микроорганизмов. Генетические изменения, как правило, производятся в научных или хозяйственных целях. Генетическая модификация отличается целенаправленным изменением генотипа в отличие от случайного, характерного для естественного и искусственного мутационного процесса.

Основным методом генетической модификации в настоящее время является использование трансгенов для создания трансгенных организмов. В сельском хозяйстве и пищевой промышленности под ГМО подразумеваются только организмы, модифицированные внесением в их геном одного или нескольких трансгенов.

Консерванты же в некоторой степени являются вредными добавками.

Консерванты – это вещества, угнетающие рост микроорганизмов в продукте. При этом, как правило, это предотвращает появление неприятного вкуса и запаха, плесневения и образования токсинов микробного происхождения. Консерванты можно разделить на две группы: собственно те, которые непосредственно борются с микроорганизмами, вызывающими порчу продуктов. А также вещества, подавляющие развитие бактерий через влияние на характеристики среды продукта (например, кислотно-щелочной среды, активности воды или концентрации кислорода).

Вред консервантов заключается в следующем. Среди них попадаются откровенно ядовитые и канцерогенные вещества. Консерванты имеют свойство накапливаться в организме, доходя постепенно до ядовитых концентраций. Назначение консервантов – убивать бактерии и одноклеточные организмы. Но человек тоже живое существо, состоящее из клеток, а также и полезных микроорганизмов. Различные добавки взаимодействуют между собой, и если сам по себе какой-то консервант может быть относительно безобидным, то в реакции их друг с другом могут получиться очень вредные и опасные соединения. Этот вопрос странным образом обходится Министерством здравоохранения: исследований совместимости пищевых добавок очень мало. В итоге, например, добавка Е239, попадая в кислую среду (например, в сочетании с витамином С «для нашего здоровья») образует формальдегид (Е 240) – канцероген, везде запрещённый к использованию.

Предлагаемый проект соответствует третьему этапу инновационного цикла – практическому доказательству реализуемости идеи.

Целью проекта является оценка перспективности предлагаемой инновационной идеи использования дрессированных крыс для выявления в продуктах питания ГМО и консервантов. На третьем этапе требуется доказать, что крысы способны в продуктах питания распознавать присутствие указанных веществ.

Крысы довольно «умные» животные с хорошей памятью, легко поддаются дрессировке. Они способны отличать отравленную пищу от обычной даже тогда, когда концентрации яда составляет одну миллионную. Они довольно быстро обучаются, так что время их дрессировки на выявление ГМО и консервантов займёт не более 1 года.

Для осуществления третьего этапа проекта необходимо оборудование, препараты, реактивы, микроскопы, клетки для содержания крыс и конечно же сами крысы. Их необходимо 6 особей. На их приобретение понадобится 900 рублей.

Стоимость двух монокулярных микроскопов Levenhur 2L NG по цене 5990 рублей составит 11980 рублей.

Корм для крыс (12 пачек по 50 рублей) стоит 600 рублей. К этому корму необходим специальные добавки на сумму 2000 рублей.

На 6 клеток по 400 рублей потребуется 2400 рублей.

Для экспериментов возьмём 3 консерванта (Е240, Е217 и Е209) и 3 различных ГМО (24 линии картофеля, 32 линии кукурузы и 3 линии сахарной свёклы) по 10 г. Их стоимость – 2000 рублей.

Для проведения экспериментов предполагается заключить договор с ФГБОУ ВПО «Ярославская государственная сельскохозяйственная академия», чтобы использовать имеющееся у нее помещение и оборудование.

Для дрессировки крыс предполагается наём профессионального дрессировщика. На 1 крысу будет затрачиваться 1 час в день. В рабочие дни это потребует от дрессировщика 6 человеко-часов, то есть практически полный рабочий день. При ежедневном заработке с социальными отчислениями и 5-дневной рабочей неделе в сумме 2500 рублей годовые затраты по этому элементу составят 600000 рублей. Все перечисленные затраты в общей сложности составят 619880 рублей. Сверх этого затраты своего труда, связанные с общим руководством экспериментом, контролем за его проведением и проведение некоторых лабораторных анализов составят (включая социальные отчисления) 40000 рублей в месяц или 480000 рублей за год работ.

Для используемого в настоящее время оборудования один анализ может проводиться не чаще чем через каждые 10 минут. За 8-часовой рабочий день это позволяет осуществить не более 40 анализов. Крысы же способны реагировать на новую пробу продукта каждые 2 минуты, что обеспечивает выполнение за то же время 2490 анализов. Таким образом, производительность крыс в 5 раз выше производительности приборов.

Произведённые оценки показывают высокую перспективность данной инновационной идеи: крысы более производительны, возможно, более чувствительны, и являются более дешёвыми по сравнению с оборудованием.

УДК 631.1:338.512:637.35`63

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА БИЗНЕС-ИДЕИ ПРОИЗВОДСТВА ОВЕЧЬЕГО СЫРА

А.А. Катмакова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Проблема увеличения продукта овцеводства актуальна в настоящие время: продукты из овечьего молока не сильно распространены на потребительском рынке, и на то есть свои причины. Овцеводческим хозяйствам нелегко выживать в сложившихся рыночных условиях. После гарантированного

государственного заказа приходится конкурировать с мировыми лидерами в данных видах продукции. Поголовье овец каждый год сокращается и это происходит из-за нерентабельности производимой продукции. Цена на шерсть настолько низка, что ее производство становится совершенно не выгодным.

Направление животноводческого производства, которое помогает овцеводческим хозяйствам хоть как-то держаться на плаву и выживать – это производство овечьего молока и продуктов его переработки.

Доение овец на овцеводческих фермах производят три раза в день. За сутки одна овцематка производит около 800 гр молока. Чем чаще производится доение, тем выше количество молока, которое она может дать.

Из-за специфического запаха овечье молоко в основном употребляют в пищу в переработанном виде. Основной продукт переработки овечьего молока – это сыры. Самым известным и распространенным из всех производимых является брынза. Для производства одного килограмма брынзы требуется от трех до пяти килограммов овечьего молока.

Польза брынзы обусловлена наличием большого количества витаминов А, Е и группы В. Содержание кальция в наиболее усваиваемой естественной форме превышает показатели всех остальных сыров. Стоит отметить среди уже упомянутых полезных качеств брынзы благоприятное воздействие на кожу человека – ее регулярное употребление поможет коже сохранять гладкость и моложавый вид. Брынза способствует формированию в кишечнике человека полезной микрофлоры, что препятствует развитию патогенных микроорганизмов.

Стоит отметить, что брынза содержит внушительное количество соли, поэтому ее следует употреблять в умеренных количествах, особенно людям, страдающим гипертонией, имеющим проблемы с почками, желудочными заболеваниями, болезнями печени, желчевыводящих путей и поджелудочной железы.

Цель работы: предпроектная оценка освоения производства брынзы из овечьего молока. Задачи:

- оценка начальных затрат;
- оценка, текущих затрат;
- оценка эффективности идеи.

Для приготовления брынзы в пастеризованное молоко вносят сычужную закваску при температуре 33-35 градусов, тщательно перемешивают и выдерживают на полчаса. Появившуюся сыворотку сливают в другую емкость. Оставшуюся массу прессуют. Далее продукт перекладывают в солильные бассейны. Раскладывают по формам, взвешивают и упаковывают.

Комплектация любой сыроварни состоит из основного и вспомогательного оборудования. Основное оборудование – это емкость из нержавеющей стали, объемом от 50 литров. Емкость может нагреваться с помощью ТЭН, газа, циркуляции горячей воды или пара. Охлаждение происходит за счет циркуляции холодной водопроводной воды. К дополнительному оборудованию относятся стеллажи, пресс-столы, камеры созревания, формы для сыра, охладители и фильтры для молока, солильные бассейны, весы и упаковочная машина.

Подготовка помещения составит 200 тыс. руб., обучение персонала 30 тыс. руб., организационные расходы 50 тыс. руб., сертификат 40 тыс. руб.

Начальные затраты, включающие всё перечисленное, составят 1129428 руб.

Для организации производства сыра в небольших объемах (до 100 кг сыра в сутки) подойдет помещение площадью от 50 кв. м. Это небольшие площади, которые можно выделить в любом фермерском хозяйстве. Или же арендовать отдельное помещение, аренда в месяц будет стоить порядка 30-50 тыс. рублей. Оборудование для мини-сыроварни, как правило, достаточно компактно по своим размерам. Высота составляет не более 90 см, а диаметр – не более 70 см.

На реализацию данной бизнес-идеи текущие затраты составят:

- аренда помещения (50 кв.м.) – 360 тыс. руб.;
- заработная плата (4 чел.) – 960 тыс. руб.;
- коммунальные расходы – 360 тыс. руб.;
- социальные отчисления – 288 тыс. руб.;
- амортизационные отчисления – 161 тыс. 886 руб.;
- сырье: молоко – за 1 л – 20 руб. (в год 2 млн. 640 тыс. руб.);
- закваска: 2 г – 60 руб. (в год 720 руб.);
- соль: 1 л – 200 г – 396 тыс. руб.;
- упаковка 200 тыс. 640 руб.

Объём производства в месяц (22 рабочих дня) – 2200 кг (100 кг в день) (в год 26400 кг).

Итого текущих затрат в год: 5367246 руб.

Рассчитаем выручку, для этого годовой объем продукта умножим на оптовую цену за 1 кг брынзы. Она составит 10 млн. 560 тыс. руб.

Затем из выручки вычтем текущие затраты и получим годовую прибыль, которая оставит 5192754 руб.

Таким образом, срок окупаемости составит 0,2 года.

Произведённые расчёты показывают высокую коммерческую эффективность данной бизнес-идеи.

УДК 001.895:338.512:639.3

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ВЫРАЩИВАНИЯ НАЛИМОВ

Ю.А. Кожухова, Я.В. Павлова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

По сравнению с советскими временами рыбоводство в России пришло в упадок. Сегодняшние реалии таковы, что довольно большая часть рыбы, которую мы видим в наших магазинах, импортируется в страну. Развитие

рыбоводства является одной из приоритетных задач, которые ставит перед собой государство.

Рынок окончательно не сформирован, спрос значительно превышает предложение – самое время учиться и осваивать новый вид бизнеса. Когда рынок полностью раскроет потенциал, изучать все тонкости будет уже некогда.

Параллельным направлением, приносящим существенный дополнительный доход, может стать оказание услуг по так называемому зарыблению прудов. Состоятельные владельцы элитной загородной недвижимости очень часто заказывают подобную услугу. Примечательно, что уход за прудами стоит настолько дорого, что обслуживания одного клиента будет достаточно для получения приличной ежемесячной прибыли и безбедной жизни.

На рынке налим – редкий продукт. Разведение налима будет выгодно по целому ряду причин. Эта рыба обладает хорошими вкусовыми качествами. Мясо налима низкокалорийное, содержит большое количество витамина А, богато витаминами группы В, Е, D. Печень налима является деликатесом. Мясо и печень налима рекомендуется употреблять людям с повышенным содержанием холестерина в крови; людям, страдающим неврологическим и сердечно-сосудистыми заболеваниями. Рекомендуется употреблять мясо налима беременным женщинам, так как в нем содержатся вещества, способствующие укреплению иммунитета и формированию иммунитета даже у будущего ребенка. Налим подходит рациону людей, желающих избавиться от лишнего веса. Мясо данной рыбы содержит мало костей.

Цель данной работы – оценка перспективности инновационной идеи освоения промышленного разведения налима весом не менее 1 кг в течение 4 лет.

Оценка инновационного процесса – 4 этап (практическая деятельность в производственных условиях)

Оценка затрат:

- аренда помещения – 4 800 000 руб. (830 $м^3$ – 100 000 руб./мес.);
- электроэнергия – 331 200 руб. (6900 руб./мес.);
- заработная плата работников – 1 728 000 руб. (18 000 руб./мес.);
- затраты на разведение рыбы – 7 000 000 руб. (350 000 руб./год);
- оборудование – 730 000 руб. (5 бассейнов на 4 года).

Итого –14 589 200 руб.

Перспективы реализации инновационного проекта:

1. Нет конкурентоспособных предприятий в ЯО.
2. За один цикл (4 года) вырастает 120 000 кг налима (запускаем 120 000 мальков). Стоимость за 1 кг равна 140 рублей. Выручка – 16 800 000 рублей. Прибыль составляет 2 210 800 рублей.

Вывод: на основании проведенного анализа можно сделать вывод, что реализация данного проекта будет считаться перспективной и будет востребована на рынке.

УДК 631.1:338.512:635.21

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА БИЗНЕС-ИДЕИ ПРОИЗВОДСТВА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОГО КАРТОФЕЛЯ

А.С. Макаров
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

В настоящее время на розничном рынке наблюдается или полное отсутствие, или крайне ограниченный объём экологически чистых продуктов, выращенных без использования продуктов химического производства.

Все сельское хозяйство, так или иначе, использует различные химические соединения при выращивании сельскохозяйственных культур. Эти соединения или их элементы накапливаются в разных частях растения, влияя на качество, безопасность потребления и полезность продуктов. При выращивании технических культур химизация сельского хозяйства не несёт такого негативного влияния, так как его продукты не употребляются человеком и животными в пищу. А при выращивании культур продовольственного назначения и предназначенных для переработки в пищевой промышленности наличие химических соединений имеет огромное значение. Особенно для продуктов, употребляемых в пищу в сыром виде или проходящих минимальную термическую обработку. К таким продуктам можно отнести бахчевые, томаты, зелень, корнеплоды, фрукты, крупы и, конечно же, картофель.

Переоценить значимость этой сельскохозяйственной культуры очень трудно. Картофель в России стал вторым хлебом. Поэтому, на мой взгляд, это должна быть одна из самых экологически безопасных культур. Надо развивать выращивание картофеля без использования минеральных удобрений, ядохимикатов и других химических продуктов в промышленных масштабах, при использовании которых в продуктах накапливаются вредные соединения.

Для выращивания в своем хозяйстве был взят картофель сорта Наяда. Сорт картофеля Наяда включен в Госреестр РФ по Северо-Западному региону для садово-огородных участков, приусадебных и мелких фермерских хозяйств. Сорт среднеспелый. Растение средней высоты, промежуточного типа, прямостоячее. Лист среднего размера, промежуточный, зеленый. Листочек от среднего до большого размера. Волнистость края отсутствует или очень слабая. Венчик большой красно-фиолетовый. Клубень овальный, глазки мелкие. Кожура гладкая, желтая. Мякоть белая. Масса товарного клубня 72-126 г. Содержание крахмала 12,4-16,4%. Вкус хороший и отличный. Товарность 82-90%. Лежкость 93%. Товарная урожайность – 19,3-37,3 т/га. Максимальная урожайность – 37,8 т/га.

Выращивается в открытом грунте, посадка в мае, период от всходов до технической зрелости 80-85 дней. Сорт устойчив к возбудителю рака картофеля, золотистой картофельной цистообразующей нематоде, колорадскому

жуку. По данным ВНИИ фитопатологии, умеренно восприимчив по ботве и умеренно устойчив по клубням к возбудителю фитофтороза.

Именно его устойчивость к вредителям и болезням поможет обходиться без ядохимикатов.

В начальные затраты вошли: покупка 57 гектаров земли в ростовском районе за 1141 рублей за гектар. В дальнейшем все расчеты будут производится на 19 гектаров, а остальные 38 гектаров будут использоваться в севообороте.

Строительство овощехранилища с регулируемым микроклиматом и гаража – ремонтной мастерской – на общую сумму 2483000 рублей.

Также покупка следующей техники:

- трактор МТЗ-80 за 650000 рублей;
- плуг ПЛН-3-35 за 290000 рублей;
- борона БДТ-3 за 175500 рублей;
- грядообразователь КГО-3.0 за 419000 рублей;
- разбрасыватель твёрдых органических удобрений РОУ-6 за 380000 рублей;
- картофелесажалка САЯ-4 за 415000 рублей;
- картофелеуборочный агрегат КТН-2В за 101250 рублей;
- картофелесортировка роликовая КСЭ 15Б за 540000 рублей.

Посадочный материал внесён в начальные затраты, так как в дальнейшем он будет браться из полученного урожая: покупка посадочного материала на сумму 2736000 рублей.

Итого в общей сумме начальные затраты составили 14692250 рублей.

В текущие затраты вошли:

- закупка навоза за 625 руб./т на сумму 250000 рублей;
- затраты на ГСМ составили 150000 рублей;
- амортизационные отчисления на технику составили 243075 рублей;
- оплата электроэнергии, в том числе на сортировку картофеля, составила 498061 рублей;
- налог на фермерское хозяйство 7030000 рублей;
- трудовые затраты на 40 дней из расчета 1000 рублей в день на 1 человека составили 200000 рублей.

Затраты на ГСМ и обслуживание следующих технологических процессов:

- вспашка 2 раза, весной и осенью 34960 рублей;
- боронование 9100 рублей;
- разбрасывание навоза 9100 рублей;
- запашка навоза 9100 рублей;
- формирование гребней 9100 рублей;
- посадка 9100 рублей;
- окучивание 3 раза 27300 рублей;
- уборка урожая 9100 рублей;
- сортировка 781 рубль.

Расчет эффективности показал, что при урожайности 20 тонн с гектара, общем урожае 380 тонн и отпускной цене 50 рублей за килограмм, годовая выручка составит 19000000 рублей. Прибыль при данной годовой выручке и годовых текущих затратах в 8370355 рублей составит 10629645 рублей. При начальных затратах в 14692250 рублей, срок окупаемости составит 1.38 года, а рентабельность затрат – 127%.

При произведенных расчетах рентабельность данной бизнес-идеи весьма высока.

УДК 631.1:338.512:637.5:636:611.018.1

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ПРОИЗВОДСТВА МЯСНОГО СЫРЬЯ ИЗ СТВОЛОВЫХ КЛЕТОК КОРОВЬИХ ЭМБРИОНОВ

Л.А. Михеев
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Люди привыкли питаться натуральным мясом, а это связано с убийством животных. Решение данной проблемы находится на третьем этапе инновационного цикла.

Цель оценить перспективы производства мускульной массы животных как сырья для пищевой промышленности. Состояние проработанности данной идеи соответствует 3 этапу инновационного цикла. Задачи данного исследования:

- оценить затраты на осуществление третьего этапа;
- оценить коммерческие перспективы реализации данной инновационной идеи;
- сделать вывод о перспективности инновационного проекта.

Что же такое мышечные стволовые клетки?

Мышечные стволовые клетки – это популяция клеток-сателлитов, находящихся между мышечными волокнами и окружающей их соединительной тканью, отвечающая за восстановление и поддержание скелетной мускулатуры.

Перспективность данной идеи подтверждается тем, что её реализацией уже занимаются учёные технологически развитых стран.

В Лондоне ученые продемонстрировали технологию, о которой идет речь уже не одно десятилетие. Эта технология затрагивает интересы вегетарианцев и экологов. В данном случае речь идет об искусственном мясе. С экологической точки зрения, новая технология дает возможность снизить выбросы парниковых газов, а также количества используемой воды, энергии

и земли. С каждым годом фиксируется повышение спроса на мясо, что в свою очередь и стало главным толчком для поиска альтернативного решения этой проблемы.

В наше время существует много исследовательских групп, занимающихся поиском решения вопроса. Пост является одним из представителей науки, который переключился с выращивания искусственных органов на изготовление пищевых продуктов. По словам ученого, искусственное мясо по своим вкусовым качествам практически не отличается от натурального. Единственное отличие состоит в том, что на нем нет жира.

Для эксперимента были использованы стволовые клетки эмбрионов телят. Но стоит заметить, что в будущем придется искать новые источники сырья. Конечно, позволить себе такую роскошь сможет далеко не каждый житель планеты. Все дело в том, что один такой бутерброд обойдется гурману в 250 тыс. евро. Естественно, что и эту проблему необходимо решать, так как продукт просто не выдержит конкуренции обычной говядины.

В ходе упрощения технологии производства искусственного мяса ученые полагают, что в первую очередь начинать надо с ее удешевления. Главную роль тут должны сыграть биопринтеры, которые позволяют выращивать толстые тканевые слои.

Исследователи используют миосателлиты, которые извлекают из организма коровы, а затем переносят в питательную среду. Экспериментальным путем ученые разобрались, каким образом извлеченные клетки можно удваивать всего за несколько недель. Затем уже обработанный материал попадает в комочек геля на пластиковой посуде. В таких условиях количество питательных веществ будет резко сокращаться, в результате наступает голодание, что в свою очередь ведет к превращению клеток в мышечную ткань. Спустя некоторое время ткань образует волокна. Таким образом получается готовый продукт.

Стоит отметить, что технология имеет еще один существенный недостаток. Учитывая тот факт, что миосателлиты имеют предел своего воспроизводства, сам технологический процесс пребывает в тесной зависимости от коровы. Но автор эксперимента надеется найти решение этой проблемы.

Голландские ученые совершили «прорыв» в области создания новых продуктов питания. Они работают над производством искусственного мяса. Если раньше заменить мясные изделия можно было лишь соевыми аналогами, то теперь котлеты и бифштексы будут выращивать в пробирках из стволовых клеток животных.

Необходимый для большинства населения Земли продукт питания будет выращиваться в пробирках без всяких жестокостей по отношению к животным. Технология создания искусственного мяса заключается в своеобразном скрещивании стволовых клеток свиней с сывороткой, которую получают из лошадиных эмбрионов. В течение суток из этого «компота» формируются полоски мышечных тканей, которые вскоре начинают обрастать мясом.

На данный момент ученым удалось вырастить кусочки искусственного мяса размером 2,5 на 0,7 сантиметров. Произведенные в лаборатории полоски бекона получаются серого цвета и влажными на ощупь. Нидерландские ученые, однако, обещают, что это только начало, и в скором времени «мясо из пробирки» будет не отличить от натурального. О том, каков новый продукт на вкус, пока ничего не сообщается – сотрудникам лаборатории амстердамского университета, где проходят испытания, строго-настрого запрещено пробовать «мясо из пробирки» до завершения первого этапа исследований. Ученые говорят, что для улучшения вкуса продукта свиные стволовые клетки будут обогащаться специальными минеральными соединениями.

Согласно планам биологов, первая полноценная искусственная сосиска будет выращена в лаборатории через шесть месяцев, а первая «стволовая» котлета – через год. Правда, пока рано говорить, когда искусственное мясо появится на прилавках магазинов: на данный момент стоимость производства бифштекса из пробирки составляет около 250 000 евро. Впрочем, ученые заявляют, что как только исследования будут завершены, и производство искусственного мяса будет поставлено на поток, стоимость «стволовых» котлет снизится на несколько порядков.

Ученые утверждают, что искусственное мясо – не просто способ отказаться от жестокого обращения с животными. По их словам, в будущем население Земли увеличится в несколько раз, и мяса, производимого на животноводческих фермах, будет просто не хватать на всех жителей планеты.

Кроме того, биологи утверждают, что вслед за выращиванием в пробирках свинины и говядины, можно будет наладить производство мяса редких животных. Не исключено, что через пару лет в магазинах появятся искусственные котлеты из панд и кенгуру.

Затраты на выполнение данного этапа в российских условиях могут быть оценены по следующим косвенных сведениям.

По имеющейся информации, на осуществление данных работ в США выделены средства, эквивалентные 14,25 млн. рублей.

В России необходимо следующее основное оборудование на создание и оснащение лаборатории, предусматривающее приобретение электронного микроскопа (2850000 – 3990000 рублей), термостата (50000 рублей), микрохирургического оборудования и инструментов (172800 рублей) и прочего на общую сумму не менее 7062800 рублей.

Оценка коммерческих перспектив может быть оценена с учётом того, что степень неопределённости результатов данных работ очень высока, поэтому трудно говорить о сроках коммерческого внедрения подобной технологии. Она будет рентабельна тогда, когда затраты на производство подобного мясного сырья будут ниже, чем затраты по существующей сейчас традиционной технологии.

УДК 338.512:636.7.083

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА ОРГАНИЗАЦИИ ПРИЮТА ДЛЯ БЕЗДОМНЫХ СОБАК

Е.А. Моисеева
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Проблема состоит в том, что бездомные собаки составляют угрозу для жизни и здоровья жителей города Ярославля. Существует еще связанная с ней проблема – неблагополучное существование бездомных собак.

Основной целью проекта является создание приюта для бродячих собак. Для достижения этой цели потребуется решение следующих задач:

- оценка начальных затрат, необходимых для создания приюта;
- оценка перспектив результата;
- оценка перспективности проекта.

Для решения этой проблемы предполагается, что помещение для приюта на благотворительной основе предоставит ЗАО «Ярославский завод металлоконструкций». Это помещение соответствует всем нормам и стандартам. Удаленность от всех объектов составляет 370 м.

Стоимость содержания приюта с пропускной способностью 50 собак в месяц складывается из многих составляющих. Содержание животного в приюте состоит из следующих основных статей расхода:

- заработная плата персонала с начислениями;
- покупка корма;
- услуги ветеринара;
- общехозяйственные нужды.

Одна бригада ловцов за смену в среднем отлавливает 4 собак (щенков или взрослых). Как показывает практика, количество пристраиваемых за месяц собак составляет 5-10% от общего количества отловленных. Соответственно, количество пристроенных может составить 5 животных в неделю. На оплату труда персонала в месяц потребуются следующие средства:

- оплата персонала по уходу за животными – 3000 рублей;
- оплата уборщика – 6000 рублей;
- оплата сторожа – 1500 рублей;
- оплата ловцов собак – 2000 рублей.

Итого за месяц: 3000 + 3000 + 1500 + 2000 = 9500 рублей.

Рассчитаем затраты на корм. Стоимость 1 кг недорогого готового корма – 100 руб. Средняя потребность одной собаки в сутки – 0,3 кг. Соответственно за 1 день 50 собак потребят 15 кг корма, что составит 1500 рублей. Итого в месяц: 1500 * 30 = 45000 рублей.

Услуги ветеринара: осмотр животного составит 150 рублей. Всего по приюту сумма составит 150 * 50 = 7500 рублей.

Хозяйственные нужды (моющие и дезинфекционные средства, инструмент для уборки и для ремонта, спецодежда и прочее) составят 4000 рублей.

Итого затраты: 9500 + 45000 + 7500 + 4000 = 66000 руб. в месяц.

Реализация предлагаемого проекта обеспечит получение следующих социально значимых результатов:

- сокращение количества бездомных собак на улицах города Ярославля;
- уменьшение обращений людей в больницы с укусами бездомных собак;
- уменьшение количества ДТП с участием бездомных собак.

Субъектами, заинтересованными в реализации данного проекта и способными оказать ему поддержку, являются:

- граждане города Ярославля;
- городские власти Ярославля;
- ярославские медицинские работники;
- ярославские семьи, в которых есть дети.

Подводя итоги, можно сказать, что вероятность удачной реализации данного проекта высока, т.к. он обладает большим кругом заинтересованных лиц. Бюджет города Ярославля может включить финансирование данного проекта, поскольку сумма в 66 000 рублей достаточно мала.

УДК 001.895:338.512:635.9:582.572.232

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ВНЕСЕЗОННОЙ ВЫГОНКИ ЛАНДЫШЕЙ

А.Р. Оганесян
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Цель данной работы – оценка возможностей коммерческой выгонки ландышей в течение круглого года.

Ландыш тенелюбив, но затенение не должно быть сплошным. Иначе растение будет выгонять только листья. Предпочитает умеренное увлажнение, особенно требует влагу весной. Не переносит застойной воды. Наилучшая почва – лёгкая с pH 5-6.

Ландыш отличается зимостойкостью, переносит морозы до 40 градусов.

Прежде чем приступить к выращиванию ландышей, нужно подобрать для него подходящее место, лучше рядом с кустарниками, под пологом раскидистых лиственных деревьев, которые защитят почву от перегрева и пересыхания.

Лучшее время для посадки и пересадки ландышей – август-сентябрь. Весенняя посадка тоже возможна.

Выращивать ландыши лучше на лёгкой, рыхлой почве, проницаемой для воздуха и воды, но при этом хорошо удерживающей влагу и богатой пи-

тательными элементами (но не слишком жирной). С этой целью следует добавлять лиственный перегной, в крайнем случае, хорошо вылежавший торф: 10 кг на 1 кв. м. В глинистую почву обязательно добавляют крупнозернистый речной песок, в песчаную почву – глину.

Посадочная единица ландыша называется ростком. Это отрезок корневища с мочкой корней и одной или несколькими почками. Посадку ландышей производят в лунку и рядками. Верхушки ростков должны находиться под землёй на глубине 1-2 см. После посадки почву хорошо поливают и присыпают слоем листовой земли или компостом толщиной 2-3 см.

В природных условиях кустик ландыша цветёт всего 1 раз в 3-4 года. Выращивать ландыш без пересадки можно около 10 лет: к этому возрасту растение утраивает способность к цветению.

Описанная агротехнология, не требующая значительных затрат, уникальность этого цветка в нетипичные периоды года, а также опыт промышленной выгонки ландышей во Франции позволяют оценить перспективу данной инновационной идеи как положительную.

УДК 338.512:634.717.1

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА БИЗНЕС-ИДЕИ ВЫРАЩИВАНИЯ ЗИМОСТОЙКОЙ ЕЖЕВИКИ В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

А.О. Пятакова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Ежевика – колючий кустарник с многолетними корневищами и двулетними надземными побегами, относящийся к семейству розоцветных. Цветки белые, крупные, собранные в щитковидные соцветия. Плоды ежевики крупные, с множеством косточек, очень похожие на малину, особенно красные недоспелые ягоды. Отличие в том, что при сборе ежевики ягоды отрываются вместе с ложем, на котором держатся костянки, а у малины они аккуратно отходят от этого «стержня». Спелые ягоды ежевики яркого черного цвета, иногда с фиолетовым оттенком. На вкус они кисло-сладкие.

Ягоды ежевики – это природный «мультивитаминный комплекс». В составе ежевики много витамина С, присутствуют витамины Е, Р, РР, К, провитамин А, витамины группы В. Кроме этого, в ягодах содержатся минеральные вещества (калий, натрий, магний, кальций, железо, фосфор, никель, медь и т. д.), клетчатка, сахара (фруктоза и глюкоза), органические кислоты (лимонная, яблочная, салициловая и винная), токоферолы, пектины. Семена содержат жирное масло – более 12%.

Листья ежевики богаты витамином С, дубильными веществами, минералами и аминокислотами.

Посадка садовой ежевики осуществляется в местах, где нет сильных ветров или участок защищен от них. Плодоношение ежевики может быть хорошим как в солнечных местах, так и в полутени. Если света растению будет мало, то ягоды будут мельчать, а само растение замедлит свой рост. Кроме того, вкусовые качества ягоды сильно поменяются. Лучше сажать ежевику весной, так как за лето куст успеет вырасти и окрепнуть.

Ухаживать за ежевикой достаточно просто, но нужно учитывать некоторые ее особенности. У этого растения начинают плодоносить побеги только со второго года, а потом они засыхают. Эти отмершие ветки необходимо срезать и сжигать вместе со всеми поломанными и плохо развитыми побегами. У куста ежевики необходимо оставить от 6 до 8 хороших побегов, либо из расчета 12-15 штук на кв. м. После этого все остальные появляющиеся вновь побеги вырезают, только когда они вырастут до 8 или 10 см. Ухаживать за садовой ежевикой нужно правильно, от этого сам куст будет здоровым и повысится урожайность. Одной из процедур такого ухода является пинцировка – это обрезка макушки побегов. Она увеличивает количество разветвлений и стимулирует к появлению почек по бокам растения, а также усиливает их рост. Побеги первого года жизни обрезают на 10 см при достижении ими высоты от 100 см до 120 см. После того, как боковые побеги отрастут, основной необходимо укоротить до 50 см их высоты. Эта процедура сделает растение компактным, а плодоносить ежевика будет так же.

Если сравнивать побеги ежевики и малины, то у первой они будут гораздо длиннее. Для них делают опорную шпалеру, чтобы ветви не лежали на земле. Конструкция для поддержания побегов ежевики устанавливается сразу, вместе с посадкой саженцев. Еще можно рядом с каждым кустиком вкопать в землю колья, чтобы в дальнейшем привязать к ним выросшие побеги. Но лучшим способом поддержки является шпалерный способ, об этом утверждают многие садоводы. Расстояние между растениями в этом случае должно быть больше метра. Рядом с одним кустом ежевики подготавливается шпалера, а побеги подвязывают на нее в форме веера. С таким методом подвязки и урожай собирается хорошо.

Поливать садовую ежевику нужно регулярно, особенно когда она начинает цвести и обязательно в период, когда начинают созревать ягоды. Очень полезно для растения мульчировать почву органическими средствами и удалять сорняки. Почва для куста не должна быть твердой.

Укрывать ежевику на зиму необходимо в большинстве случаев. Даже морозостойкие сорта нуждаются в легком укрытии, если ожидается понижение температуры до -20° С, все остальные сорта могут подмерзнуть при морозе от -17° С. Большинство растений при пригибании к земле на зиму травмируются.

Для данного проекта выбираем сорт Дарроу. Это – прямостоячий сорт культурной ежевики. Длина плетей 2,5-3 м. Колючий, очень морозостойкий (до -34° С). Урожайность 4-5-летнего куста – до 10 кг. Ягода весом 3,5-4 г, кисло-сладкая, при перезревании пресно-сладкая, черная с глянцем, продол-

говатой формы. Листья – пальчиковые, очень декоративные. Надо сказать, что все американские сорта совершенно неприхотливы. Выращивают их на опорах и шпалерах (заборах), на 5-6-ой год у прямостоячих кустов появляется штук 10 отпрысков. На одном месте ежевики растут до 10 лет.

Ожидаемая эффективность данного проекта связана с экономией на транспортных затратах при подвозе плодов ежевики в Ярославскую область из южных регионов страны. Предположим, что текущие агротехнические затраты в Ярославской области равны затратам на юге. Перевозка ягод с юга по железнодорожным тарифам 300 000 рублей на 2 000 км за 10 тонн, или 30 рублей на каждый перевозимый килограмм.

Оценим начальные затраты. Саженцы ежевики высаживают в посадочные ямы через 1 метр при ширине междурядий 2 метра. Требуется 1 гектар земли, а значит, 5 000 саженцев, покупка которых обойдётся в 900000 рублей. Всего начальных затрат, включая стоимость саженцев, их доставку, внесение удобрений – 2454250 рублей.

Урожай ежевики будем продавать за 100 рублей за килограмм.

Урожайность ежевики с 1 куста 10 килограмм. Урожай с 1 га составит 50 000 кг. Выручка 5 000 000 рублей. Прибыль – более 2500000 рублей в год. Экономия на транспортных расходах составит 1500000 рублей. Общий годовой экономический эффект может быть оценен более чем в 4000000 рублей.

Таким образом, начальные затраты окупятся за первый же год.

УДК 338.512:633.37:615.26

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА БИЗНЕС-ИДЕИ ПРОИЗВОДСТВА КОСМЕТИЧЕСКОГО СРЕДСТВА ИЗ КОРНЯ СОЛОДКИ

В.С. Румянцева
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Солодка – голое многолетнее растение семейства бобовых. Встречается в полях, степях, полустепях, на берегах степных рек и на песках. Она растет в средней Азии, Европе, включая нижнее течение Дона, и на Северном Кавказе. Лучше всего она растет в полутени и местах, которые защищены от ветров. Солодка спокойно переносит и перегрев и охлаждение почвы. Солодку необходимо очищать от сорняков. Срок годности сырья 10 лет. Размножение семенами и корневищами.

В наше время существует масса различных косметических средств по уходу за кожей, но всем известно, что самые лучшие и самые эффективные средства для кожи – народные, т.е. средства, приготовленные из натуральных компонентов. Все средства, приготовленные собственными руками и из натуральных компонентов, намного лучше действуют на нашу кожу и обеспечивают прекрасный эффект – в особенности такой эффект создаёт корень солодки.

Цель данной работы – предпроектная оценка бизнес-идеи производства косметических средств с применением корня солодки.

Задачи:

- оценить начальные затраты;
- оценить текущие затраты;
- оценить показатели эффективности данной бизнес-идеи;
- сделать вывод о перспективности данной бизнес-идеи.

Существует народная рецептура, широко применяемая, но не используемая в промышленных масштабах: поместить в эмалированную кастрюлю 1 столовую ложку измельченного сырья, влить 1 стакан кипятка, процедить жидкость, собрать её и использовать для протирания кожи в утреннее и вечернее время.

О полезных свойствах корня солодки мало кто знает, но она обладает массой полезных свойств:

- отбеливает кожу;
- обеспечивает ранозаживляющее действие;
- обеспечивает противовоспалительное действие;
- успокаивает раздраженную кожу;
- укрепляет стенки сосудов;
- снимает отечность;
- борется с перхотью, устраняет зуд головы и выпадение волос;
- стимулирует систему коллагена.

Начальные затраты:

- измельчитель солодки ИКМ-5 – 112000 рублей;
- фасовочное оборудование – 500 000 рублей;
- сертификат качества – 30000 рублей.

Итого: 642000 рублей.

Текущие затраты:

- аренда помещения – 200 * 40 * 365 = 2920000 рублей;
- электроэнергия – 4,5 * 20000 = 90000 рублей;
- оплата труда с социальными отчислениями (2 человека) - (15 * 2) * 12 = 360 * 1,3 = 468 тыс. рублей;
- стоимость тары 5 * 2400000 = 12 000 000 рублей (производительность линии за год 2000 * 1200 = 2400000 (пузырьков);
- стоимость воды – (1200 + 3500) * 360 = 1692 000 рублей.

Итого текущих затрат 17170000 рублей в год.

Годовая прибыль при планируемом уровне рентабельности затрат:

17170000 * 0,2 = 3434000 рублей.

Тогда срок окупаемости:

642000 : 3 434000 = 0,19 лет.

Произведенная предпроектная оценка показывает высокую перспективность рассматриваемой бизнес-идеи производства сырья готовых медицинских аппаратов из корня солодки.

УДК 631.1:338.512:619:614.31:636.92

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ СОСТАВЛЕНИЯ ЕДИНОГО САНИТАРНО-ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКОГО РУКОВОДСТВА ПО ЭФФЕКТИВНОМУ КРОЛИКОВОДСТВУ

К.В. Седова, А.А. Седунова, М.В. Мазурина
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Нормы и правила, соблюдения которых обеспечивает эффективное и высокорентабельное кролиководство, рассредоточены в нескольких отдельных нормативных и методических документов, не все из которых имеются в наличии руководителей хозяйств. В результате не все нормы и правила соблюдаются, и из-за этого несоответствия хозяйства несут потери вследствие падежа и некачественной продукции. Устранение этой проблемы может быть достигнуто составлением единого документа.

Составленный документ должен включать в себя все существующие на настоящий момент требования, рекомендации и нормы для эффективного кролиководства.

Реализация данной идеи потребует:

- найти и изучить все существующие документы;
- составить единый документ;
- организовать издание и рекламу данного документа;
- реализовать документ кролиководческим хозяйствам.

Состояние данного инновационного проекта соответствует 5 этапу.

Цель данной работы – осуществить предпроектную оценку рассматриваемого инновационного проекта. Для этого необходимо:

- оценить затраты на выполнение 5 этапа инновационного проекта;
- оценить коммерческую эффективность реализации проекта;
- оценить перспективность реализации проекта.

Затраты на выполнение 5 этапа инновационного проекта определятся следующим расчётом:

электроэнергия, оплата интернета и связи
500 руб. + 350 руб. +200 руб. = 1050 руб. в месяц;

- ознакомление с нормативными документами, базовыми для разрабатываемого, находятся в свободном доступе;
- заработная плата трёх человек с социальными отчислениями – 15,75 тыс. руб. в месяц;
- печать документа в типографии 300 страниц (1 страница – 4 руб.) – 1200 руб. на 1 экземпляр.

Всего в России 23 официально зарегистрированных хозяйств, стоимость 23-х экземпляров = 27600 рублей.

Наши затраты составили 44400 руб.

Рассчитаем выручку. Цену на одну книгу по руководству установим в размере 3000 руб. Тогда выручка составит 3000 * 23 = 69000 руб.

Прибыль, равная разнице между выручкой и затратами, составит 24600 рублей.

Срок окупаемости, равный затратам, делённым на прибыль, составит 1,8 года.

Рентабельность проекта, равная прибыли, деленной на затраты, составит 0,56.

УДК 001.895:338.512:663.479.1:634.711

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА БИЗНЕС-ИДЕИ ПРОИЗВОДСТВА МАЛИНОВОГО КВАСА

Е.А. Соболева
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Плодово-ягодные квасы представляют собой слабоалкогольные напитки; они получаются путем сбраживания дрожжами сахарных сиропов, разбавленных водой, и натуральных плодово-ягодных соков. Квасу дается название соответствующего плода или ягоды в зависимости от применяемого для его изготовления сока или морса.

На Руси наряду с классическим хлебным квасом был популярен ягодный квас. Делался он из меда и воды с добавлением всевозможных ягод (чаще всего использовали вишню, черемуху и малину). Ягодный квас был частым гостем на столах у монахов. В знатных домах ягодный квас готовился в основном в расчете на представителей более низких сословий. Яркий и насыщенный ягодный квас отлично удаляет жажду в летнюю жару.

Традиционно в России производилось множество видов кваса: ягодные, фруктовые, хлебные, травяные. В настоящее время производство ограничилось только хлебным квасом, поэтому возрождение традиции разнообразия русских напитков имеет высокую рыночную привлекательность. Состояние работ соответствует четвёртому этапу инновационного цикла.

Цель: освоение производства традиционно русских напитков – ягодных квасов.

Задачи: 1) оценить затраты по реализации 4-го этапа инновационного цикла;

2) оценить эффективность полной реализации инновационного проекта;

3) оценить перспективы данной инновационной идеи.

Затраты на реализацию 4-го этапа инновационного цикла производства:

Материалы: 40 000 руб. + 50 руб. + 3200 руб. + 1800 руб. + 500 руб. + 440 руб. = 45 990 руб. за цикл × 11дней = 505890 руб.

Оплата труда с социальными отчислениями – 20 000 руб. Затраты инвестора, связанные с потерей продукции за время эксперимента – 1500л/сут. × 22 рабочих дня. 33 000 л × 200 руб. = 6600000 рублей.

За 2014 г. средняя доля внутренних продаж кваса в стране составляла 980 220 литров. Из этого показателя ожидаемая перспектива сбыта кваса малины составляет 10%, или 98000 л в год.

Приведённые расчёты подтверждают перспективность предложенной бизнес-идеи.

УДК 001.895:338.512:634.733

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ВЫВЕДЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО СОРТА ЧЕРНИКИ

И.М. Соколов, С.С. Черепанова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Черника – очень ценная ягода, которая широко используется в пищевой промышленности, однако до сих пор не выращивается в промышленных масштабах т.к. не выведен ни один сорт культурной черники.

Цель данной работы – оценка перспективы инновационного проекта по выведению культурного сорта черники.

Задачи:

- оценка затрат на осуществление экспериментальных работ по отбору наиболее перспективных экземпляров для дальнейшей селекции;
- оценка коммерческой эффективности данной инновационной идеи;
- предварительная оценка перспектив инновационного проекта.

Черника – это кустарничек высотой 10-50см. Листья очерёдные, мелкогородчато-пильчатые, яйцевидные, кожистые, на зиму опадающие. Растение имеет ползучее корневище, дающее большое количество побегов. Цветёт в мае. Цветки зеленовато-белые, правильные, сидят по одному. Плоды синевато-чёрные из-за воскового налёта или просто чёрные. Внутренность пурпурная, семян может быть до 40, но среднее количество обычно вполовину меньше.

Ягоды и листья используются в лекарственных целях. Иногда чернику также выращивают в декоративных целях на альпийских горках.

В природе произрастает преимущественно в северных районах – в лесах, главным образом сосновых, и на болотах.

Так же, как и сосна, черника лучше всего чувствует себя на кислых почвах с близко залегающими грунтовыми водами. Еще это тенелюбивый кустарник, поэтому высаживать его надо под пологом деревьев, которые смогут обеспечить постоянную полутень под ними.

Перед посадкой черники надо заблаговременно подготовить участок, где она будет расти в дальнейшем. Обычно садовая земля недостаточно кислая, поэтому преждевременная посадка кустов черники в неподготовленную почву может привести к пожелтению листьев, остановке развития и даже к гибели растения. Для успешного выращивания под каждый куст заготавливаются ямы размером 150 х150 см и глубиной 60 см каждая. Выкопанная почва из ям смешивается с торфяной крошкой (в соотношении 2 : 1), чтобы еще больше подкислить почву, добавляем порошковидной серы. Еще, если есть возможность, можно добавить кухонные очистки и дубовые листья, а в тяжелые почвы – речной песок. Такая подготовка проводится заранее, главное, чтобы перед посадкой подготовленная почва осела в ямах. Например, если вы планировали высадить кусты черники в октябре, почву надо подготовить не позже сентября.

Высаживают чернику весной или осенью, лучше всего приживаются кусты, посаженные в осенний период, с октября по начало ноября. Оптимальным вариантом для посадки будут двух- или трехлетние кусты с комом земли на корнях. Корневой ком перед посадкой должен быть влажным: кусты, высаженные с сухими корнями, в большинстве случаев не приживаются и гибнут. Перед посадкой в подготовленной до этого почве роем углубление под размер корневого кома, куда и высаживаем куст. Во время посадки разрыхляем землю на корневом коме и тщательно распрямляем корни. Затем яму засыпаем, уплотняем ногами почву вокруг высаженного куста и обильно его поливаем. По возможности мульчируем землю в месте посадки, в качестве мульчи можно взять опавшие листья, опилки или торф. Если вы пересаживаете старые кусты (возрастом больше 3 лет), после посадки надо сделать обрезку веток до высоты в 20 см – это поможет кусту лучше прижиться на новом месте.

Размножают чернику семенами или делением куста.

Для размножения семенами с начала надо получить семена черники. Для этого разминаем поспевшие ягоды и смешиваем получившуюся кашицу с большим количеством воды. После перемешивания всплывают пустые семена и остатки ягод, которые и сливаем вместе с водой. Делаем это до тех пор, пока вода не станет чистой. В результате на дне сосуда у нас останутся семена, годные для посадки. Их-то (немного перед этим подсушив) и высаживаем в горшки или ящики, заполненные торфом. Проклюнутся всходы через несколько недель. На зиму емкости с саженцами лучше перенести в светлое помещение, в котором поддерживается температура 5-10º С. Весной саженцы черники пикируют, а затем доращивают. На постоянное место сеянцы сажают лишь на следующий год.

При размножении делением куста осенью выкапывается материнское растение и делится на парциальные кусты, желательно, чтобы на каждом из них оставалось до 5 неповрежденных почек. Посадка в грунт такая же, как и для 2- или 3-летних кустов.

Урожай не каждый год обильный и зависит от температуры в период цветения и созревания. Черника тенелюбивая.

Регулярная обрезка чернике необходима с 3-4-летнего возраста. Первыми удаляются поврежденные, высохшие или больные ветви. В идеале каждый куст должен состоять из 6-8 здоровых ветвей, которые и будут составлять скелет куста. Чтобы растение дало здоровые и сильные побеги, старые ветви (возрастом больше 4 лет) обрезаем на высоту до 20 см. Если же куст дал много боковых побегов с почками, их надо полностью вырезать. Ягоды на них получаются мелкие и поздно созревают. Кусты старше 15 лет подлежат полной обрезке также на высоту 20 см выше поверхности земли. Это омолодит куст и поможет сохранить его урожайность. Лучшее время для обрезки кустов черники – это начало весны, главное, чтобы не было заморозков. Хотя обрезку можно проводить во время всего вегетационного периода черники, но поздняя обрезка (особенно когда черника цветет) приведет к снижению урожайности.

Полив чернике необходим регулярный, но не обильный. Главное, чтобы почва под кустами оставалась влажной. Избыток влаги может привести к заболеваниям кустов (например, корневой гнилью). Чтобы был лучше урожай, черничные кусты надо подкармливать как органическими, так и минеральными удобрениями. Органические удобрения, такие как компост, навоз или торфяная крошка, вносят под кусты каждые 3 года по 3-4 кг на кв. м. В качестве минеральных удобрений используют суперфосфат, калимагнезию и суперфосфат аммония. Если кислотность почвы низкая, опять же желательно добавлять порошковидной серы (по 50-60 г под каждый куст ежегодно). Но при качественном мульчировании опилками почвы под кустами этого можно и не делать – такая мульча сама по себе хорошо регулирует реакцию почвы.

Собирать ягоды черники можно с середины июня до начала сентября. Созревают плоды неравномерно, поэтому собирают их несколько раз, каждые 5-10 дней. Для сбора выбирают ягоды сине-фиолетового, черного цвета. Спелыми они станут через 7-8 дней после того, как сменят окраску. Именно такие ягоды наиболее сочные, сладкие и ароматные. Чтобы не повредить ягоды при сборе, их не обрывают, а немного проворачивают, ухватив при этом большим и указательным пальцами. Собранный урожай при нулевой температуре можно сохранить до 6 недель.

Чтобы сохранить ягоды черники как можно дольше (не в виде джемов и компотов и без помощи морозилки), есть еще один проверенный способ хранения. Для этого берется стеклянная тара, которая прокаливается в духовке несколько часов. В эти бутылки засыпают ягоды черники, тщательно очищенные от различного мусора и листьев. Затем бутылки закупориваем пробками и заливаем воском. В прохладных и темных помещениях ягоды в таких бутылках сохранятся очень долгое время.

Затраты на подготовку почвы связаны с перевозкой грунта и подготовкой грядок для посадок: перевозка игольника из лесного бора, а также перевозка песка и торфа для создания различных условий для роста растений.

Под обработкой урожая понимается измерение урожайности и оценка урожайности отдельных растений.

Получение посевного материала, получение семян от наиболее плодоносящих растений

Содержание ближайших работ по реализации бизнес-идеи соответствует 3 этапу инновационного цикла.

Нет достоверных результатов по предполагаемому культурному сорту черники, но по аналогии с дикой и культурной клюквой можно ожидать 10-кратного увеличения урожайности, что составит 9 т с 1 гектара.

Исходя из этого с 1 гектара плантации возможен урожай в 9 т черники. При текущей цене закупки черники 120 000 руб. за 1 т прибыль составит 1080000 руб.

Произведенные оценки позволяют оценить данную инновационную идею как весьма перспективную.

УДК 001.895:338.512:636.7.084.4

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ РАЦИОНА ПИТАНИЯ ДЛЯ ШПИЦА, УСТРАНЯЮЩЕГО СЛЕЗЛИВОСТЬ

О.И. Стасюк
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Слезоточивость у собак породы шпиц влияет как на состояние глаз собаки, так и на исходы выставок. При слезоточивости у шпицев появляются коричневые пятна и потёки под глазами, что является недостатком при оценке особей. При этом собаки испытывают дискомфорт, чешут глаза лапами.

Появление слезоточивости может быть вызвано неправильным рационом, дешёвыми кормами. Элементами, вызывающими слезоточивость, являются кукуруза, курятина, грубые пшеничные отруби, печень домашней птицы, пищевые дрожжи, соевые бобы, томатная смесь.

Исходя из этого, можно воздействовать на слезоточивость, корректируя рацион – добавляя ингредиенты, необходимые собакам для полноценного питания: мясо ягнёнка, мясо индейки и т. д., и устраняя ингредиенты, угрожающие глазам.

Цель работы – оценка перспектив инновационной идеи, заключающейся в организации производства питания для шпицев, устраняющего слезливость. Состояние работ по реализации данной идеи соответствует 3 этапу инновационного цикла.

Для нахождения возможного варианта подобного рациона и его испытания на реальных собаках необходима группа из десяти животных породы шпиц. Каждому хозяину, предоставившему свою собаку, необходимо выплатить 40 тыс. рублей (страховая выплата, эквивалентная стоимости одной собаки), за то, что он подвергает риску здоровье своего питомца.

Необходимо также 3 варианта рациона и соответствующие средства для покупки сырья, содержащего 80% мяса и мясные ингредиенты и остальные 20% – витамины и минералы.

Необходимы также средства на содержание собак в течение 9 месяцев, включая оплату труда с социальными отчислениями работников, осуществляющих приготовление корма и кормление – 30 тыс. рублей.

Данное исследование должно выявить оптимальный рацион питания для породы шпиц, снижающий слезоточивость глаз.

Перспектива выполнения данного инновационного проекта обеспечит:

- освоение производства специализированного корма для шпицев;
- закупки данного корма в значительных объёмах заводчиками, участвующими в выставках;
- улучшение здоровья собак породы шпиц;
- экспорт данной продукции, а также технологии её производства в другие страны.

Перспектива продаж для среднего региона (примерно 500 собак) – 36,5 т.

Высказанные соображения позволяют оценить перспективность данной инновационной идеи как высокую.

УДК 001.895:338.512:637.146:634.7

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ ПРОИЗВОДСТВА КИСЛОМОЛОЧНОГО ПРОДУКТА С ЯГОДНОЙ ДОБАВКОЙ

Т.А. Фабричнова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Творог прочно занял почетное место в рационе питания каждого человека, его востребованность объясняется наличием массы полезных свойств.

Творог имеет способность полностью усваиваться нашим организмом, при этом не загрязняя его разнообразными вредными красителями и добавками. В нём содержится фосфор, необходимый для полноценного роста костей, полезный также людям, страдающим заболеваниями сердца. Содержащийся в твороге молочный белок обладает огромной питательной ценностью и может стать отличной альтернативой другим животным белкам. Аминокислоты, которые содержатся в твороге, предотвращают развитие болезней печени. Творог оказывает благотворное воздействие на нервную систему, улучшая её регенеративные способности. Целебные свойства творога нужны для нормального обмена веществ.

Черника только добавит полезных свойств данному продукту. Черника помогает нормализовать пищеварение. Черничный сок обладает бактерицидным действием. Неоценима польза от употребления черники для

больных сахарным диабетом. Она снижает содержание сахара в крови и стимулирует работу поджелудочной железы. Благодаря содержанию большого количества антиоксидантов, употребление черники снижает риск возникновения сердечнососудистых заболеваний. Черника способствует обновлению клеток сетчатки глаза и улучшает кровообращение. Согласно последним исследованиям, систематическое употребление черники в пищу помогает сохранить мозг молодым и избежать болезни Альцгеймера. Полезно вводить в свой рацион чернику всем, чья деятельность связана с большим умственным напряжением. Это благоприятно сказывается на работе мозга и умственных способностях.

Начальные затраты по выбранной нами технологической линии обеспечиваются следующими агрегатами: творогоизготовитель-ванна; пресс-тележка; охладитель творога; пастеризационная ванна; трубопровод, насос и другие вспомогательные элементы.

Стоимость производственной линии составляет 1216000 рублей. Кроме базовой комплектации существует потребность в приобретении фасовочного аппарата (865000 рублей) и холодильной камеры с моноблоком (Polair) (135000 рублей).

Линия обработки черники: сортировочный конвейер; мойка непрерывного действия; холодильная камера; транспортная система.

Текущие затраты оцениваются с учётом того, что благодаря использованию современной производственной линии, реально достичь высокой степени автоматизации технологичного процесса, а значит и существенно уменьшить уровень трудоемкости. Поэтому возможно снизить себестоимость продукции, что в свою очередь благоприятно повлияет на финансовые результаты деятельности мини-завода. Так, для обслуживания оборудования будет достаточно 4 человек: 2 рабочих; 1 технолога; 1 лаборанта (для определения качества поставляемого сырья и изготовленного готового продукта и соблюдения санитарно-гигиенических условий производственного цикла).

Приведённые данные позволяют считать данную идею перспективной.

УДК 001.895:338.512:636.12.084.413

ПРЕДПРОЕКТНАЯ ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ ИДЕИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАЦИОНА ПИТАНИЯ ДЛЯ СПОРТИВНЫХ ЛОШАДЕЙ

Е.Е. Федина
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Спортивные результаты на скачках достигли рубежей, близких к пределу возможностей животных. Дальнейший рост результатов возможен на основе увеличения выносливости и работоспособности лошадей, чего можно

достичь за счет усовершенствования рациона питания. Состояние реализации подобного инновационного проекта соответствует 3 этапу инновационного цикла.

Цель проекта – оценка перспективности инновационной идеи по разработке рациона питания для спортивных лошадей.

Для достижения цели предполагается решение нескольких задач:

- оценка затрат на этап;
- оценка коммерческих перспектив;
- оценка перспективности проекта.

Затраты на выполнение этапа определятся следующим.

Рационы спортивных лошадей в периоды напряженных работ должны состоять в среднем из 4-5 кг злакового и 1,5-2 кг бобового сена, 6-7 – овса, 1 – отрубей и жмыха, 1-2 – моркови и 0,5 кг травяной муки, не считая минеральных и витаминных добавок. В нерабочие дни дачу концентратов уменьшают. Кормят лошадей три, в отдельных случаях — четыре раза в сутки. В летний период желательно наряду с сеном давать свежескошенную траву. На основе этих данных необходимо рассчитать затраты на 3 лошадей за период в 6 месяцев.

Исходя из этого, затраты на корм составят: клеверно-тимофеечное сено (4 тонны) – 34 000 руб.; овес (3780 кг) – 37 800 руб.; отруби пшеничные (540 кг) – 5130 руб.; жмых подсолнечника (540 кг) – 9720 руб.; морковь (1080 кг) – 8640 руб.; травяная мука (270 кг) – 5040 руб. Итого: 100330 рублей.

Затраты на оплату труда. Соглашение с хозяевами лошадей проводится на основе того, что с нашей стороны мы предлагаем инновационную разработку по кормлению лошадей и соответственно обеспечиваем животных едой в течение полугода, а хозяева предоставляют нам своих животных для практической части проекта. Также в список затрат не включается оплата труда рабочих (так как у владельцев лошадей уже есть люди, которые занимаются необходимыми обязанностями), а также оплата коммунальных услуг.

Затраты на реализацию этапа, таким образом, определятся только стоимостью кормов и равны 100330 рублям.

Перспективы использования результатов данного инновационного проекта в том, что уровень научных знаний в конном спорте уже почти достиг предела. Поэтому в данном проекте мы планируем довести лошадей до одинакового максимального уровня их возможностей (в рамках разрешенных средств), что поможет свести к минимуму влияние на результат соревнований различий в возможностях данных конкретных животных. Результат уже в большей степени будет зависеть от мастерства самого спортсмена.

Произведенные оценки позволяют рассматривать данную инновационную идею перспективной. Это делает целесообразным осуществление данного проекта.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

УДК 664.8.037.52:635.1/.8

ПЕРЕРАБОТКА НЕКОНДИЦИОННЫХ ОВОЩЕЙ С ПОМОЩЬЮ ШОКОВОЙ ЗАМОРОЗКИ

И.В. Баранов, Л.С. Саросек
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Проблема использования некондиционных овощей, имеющих повреждения в настоящее время решается в лучшем случае путём их реализации по сниженным ценам. Однако имеется возможность решать эту проблему более эффективно, производя из такого сырья качественный продукт с помощью разделки и шоковой (глубокой) заморозки.

Цель данной работы – предпроектная оценка бизнес-идеи производства замороженных овощей из некондиционного овощного сырья.

Начальные затраты для организации подобного производства включают покупку:

- автомобиля – 700000 рублей;
- оборудования для мойки овощей – 700000 рублей;
- оборудования для нарезки овощей – 144340 рублей;
- оборудования для шоковой заморозки – 145200 рублей;
- оборудования для упаковки – 47016 рублей;
- холодильного оборудования для хранения готовой продукции (2 шт.) – 180000 рублей.

Итого начальные затраты составят 1916556 рублей.

Месячные текущие затраты составят (без учёта стоимости некондиционных овощей, которые мы считаем уже имеющимися в наличии, и которые ранее определяли потери):

- упаковка – 4608 рублей;
- электроэнергия – 11520 рублей;
- заработная плата 4 работников со среднемесячным заработком 17000 рублей – 68000 рублей;
- заработная плата грузчика – 17000 рублей;
- заработная плата водителя – 20000 рублей;
- заработная плата уборщицы – 10000 рублей;
- социальные отчисления на всю заработную плату – 39600 рублей;
- амортизация оборудования – 15971 рубль;
- аренда помещения общей площадью 45 кв. м (цех – 15 кв. м, склад сырья – 20 кв. м, склад готовой продукции – 10 кв. м) – 20000 рублей.

Итого в месяц – 223699 рублей. В год – 2684388 рублей.

Месячный доход при 18-часовой работе в течение 20 дней составит 672000 рублей. В год – 8064000 рублей.

Годовая прибыль – 5379612 рублей.

Срок окупаемости – 0,35 года.

На основании произведённых оценочных расчётов можно сделать вывод о перспективности данной бизнес-идеи.

УДК 001.895:338.512:639.371.2.043.2

ПРОИЗВОДСТВО СТАРТОВОГО КОРМА ДЛЯ МАЛЬКОВ ОСЕТРОВЫХ РЫБ НА ОСНОВЕ ГЕТЕРОТРОФНЫХ НАНОФЛАГЕЛЛЯТ

Н.Н. Богоявленская
Научный руководитель – к.б.н. Е.А. Флёрова,
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Цель данной работы – предпроектная оценка инновационной идеи создания установки по производству корма на основе живых культур гетеротрофных нанофлагеллят (ГНФ).

Давно известно, что рыба – это ценный продукт, который обязательно должен быть включен в рацион человека. Так как в ее мышечной ткани содержатся все незаменимые аминокислоты, большое количество витаминов группы В, РР, йода, калия, магния, натрия, серы, а также кальция, который компенсирует потребность организма человека в условиях отсутствия молочных продуктов. Поэтому в настоящее время учеными всего мира рассматривается возможность использования рыбы в качестве функционального продукта питания при условии обогащения ее мышечной массы незаменимыми полиненасыщенными жирными кислотами (ПНЖК). Эти кислоты не синтезируются организмом, а поступают лишь с пищей, их недостаток приводит к развитию сердечнососудистых заболеваний, смертность от которых в России составляет более 55% от общей смертности.

В настоящее время рыбу, богатую ПНЖК выращивают, используя обогащенный ими «живой» стартовый корм (артемии, коловратки и кладоцеры), предварительно обогащая его эмульгированным рыбьим жиром. Но, такая технология обогащения используется только за рубежом и отличается своей дороговизной, поскольку стоимость 1 кг эмульсии ПНЖК составляет более 60 долларов.

Существует возможность использования рыбоводными предприятиями живых культур гетеротрофных нанофлагеллят (ГНФ) в качестве альтернативного стартового, богатого ПНЖК корма для ценных видов рыб. Данная группа простейших обладает уникальными свойствами. Они высокопитательные, в отличие от растительных кормов, не содержат клеточной оболочки в виде полисахаридов, которую трудно переварить. Они обладают гораздо более высокой динамикой роста и размножения, по сравнению с различными видами «живых» стартовых кормов. ГНФ, единственные среди «живых»

стартовых кормов, способны сами синтезировать ПНЖК. Обладают самой высокой удельной полезной биомассой. В качестве примера мы приводим данные по количеству сырой биомассы различных групп планктона, где видно, что нанофлагелляты по сырой биомассе не уступают другим потенциальным объектам питания рыб.

Следует отметить, что, несмотря на уникальные свойства нанофлагеллят, до недавнего времени не представлялось возможным получить чистую монокультуру одного вида этих организмов, так как при выращивании монокультуры на различных минеральных и органоминеральных питательных средах происходило ее заражение патогенными бактериями и плесневыми грибами. В конечном итоге этот процесс приводил к угнетению размножения и роста нанофлагеллят и последующей их гибели.

Для устранения вышеизложенной проблемы и подбора оптимального питательного субстрата был модифицирован штамм супербактерий Pseudomonas fluorescens Migula, 1895, который быстро размножается (образуют видимый налет на поверхности агарагара за 2 дня) и обладает фунгицидными свойствами.

Таким образом, была разработана технология культивирования нанофлагеллят, отличающаяся простотой исполнения и дешевизной. Она состоит из следующих этапов:

1. На 1,5% агар в чашках Петри или пробирках высевают культуру *Pseudomonas fluorescens*. Культивация бактерий происходит 48 часов в термостате, t=25 °C.

2. Затем бактерии смывают с поверхности агара заранее приготовленной питательной средой для получения бактериальной суспензии с концентрацией бактерий 25 млн. клеток на 0,15 мл среды.

3. Питательную среду готовят следующим образом: в дистиллированной воде в определенном соотношении растворяют следующие соли: KNO_3, K_2HPO_4, $MgSO_4 \cdot 7H_2O$, $FeCl_3 \cdot 6H_2O$, затем раствор солей автоклавируют 30 минут (t=121 °C, 1 атм) и хранят до полного использования.

4. Для получения монокультуры нанофлагеллят в чашку Петри наливается 25 мл питательной среды. В нее добавляется 1 мл маточной культуры жгутиконосцев и 0,15 мл суспензии бактерий. Чашка накрывается крышкой и помещается в термостат, t=25°C на 72 часа.

Для понимания возможности использования нанофлагеллят в качестве «живого» стартового корма необходимо произвести следующие виды работ:

1. Отобрать оптимальные группы простейших, наиболее распространённых в разнотипных в водоемах нашего региона. Для данных видов нанофлагеллят будут получены результаты по численности, биомассе и особенностям темпов роста и размножения в условиях клональных культур, а также способности к цистообразованию.

2. Определить оптимальные гидрохимические режимы для роста биомассы в условиях интенсивной технологии выращивания нанофлагеллят.

3. Определить биохимический состав биомассы нанофлагеллят по следующим показателям: первоначальная влага, гигровлага, общая влага, сухое вещество, общее количество белка, сырой жир, общее количество минеральных веществ, активность антиоксидантных ферментов: супероксиддисмутазы и каталазы, количество и состав ПНЖК.

4. Расчитать пищевую и энергетическую ценность биомассы нанофлагеллят для дальнейшего определения норм в рационах кормления ценных промысловых видов рыб.

Потенциальные клиенты:

- рыбоводные заводы по производству осетровых и лососевых;
- зоомагазины.

Риски проекта:

- появление более дешевых аналогов в России и за рубежом;
- отсутствие спроса.

УДК 619:614.2

ЧАСТНАЯ ВЕТЕРИНАРНАЯ КЛИНИКА

Е.Н. Васильева, В.А. Найденкова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

На данный момент в нашем городе существует огромное количество ветеринарных клиник, но они либо не очень доступны, из-за высокой стоимости услуг, либо работа выполняется некачественно, но привлекает низкими ценами.

Данная работа является предпроектной оценкой бизнес-идеи создания частной ветеринарной лечебницы.

Сегодня из-за большой конкуренции идет активное соперничество клиник, и в этой гонке некоторые из них забывают, что для людей их питомцы – полноценные члены семьи. Из-за такой «забывчивости» животные страдают от неправильно поставленного диагноза или некорректного лечения. Также существует проблема такой быстроразвивающейся услуги как грумминг. Некоторые люди считают, что можно подстричь свое животное, посмотрев видео или прочитав статью в интернете. Но это не так, для процедуры нужен специально обученный человек. Ведь от качества предоставленной процедуры зависит не только красота питомца, но и его здоровье. Некачественная стрижка может стать причиной заболеваний кожи или послужить ударом по иммунной системе.

Исходя из этих сведений, мы сформировали цель нашей работы – организацию ветеринарной клиники с пропускной способностью не менее 15 животных в день.

Посчитав примерные затраты на открытие клиники, закупку оборудования, инструменты для врачебных манипуляций и грумминга и медикаменты, мы сформировали примерную сумму, нужную для реализации нашего проекта.

Начальные затраты на организацию ветеринарной клиники – 90 000 рублей и на организацию грумминга – 179870 рублей. Всего – 269870 рублей.

Текущие затраты для поддержания производства:

- затраты на электричество: 127500 рублей в год;
- аренда помещения: 360000 рублей в год;
- затраты на восполнение материалов в ветеринарной клинике: 255000 рублей в год;
- затраты на восполненные материалов и инструментов для грумминга: 85000 рублей в год.

Итого: 1 097370 рублей в год.

Проанализировав различные клиники в нашем городе и перечень грумминг услуг, предоставляемых в Ярославле, мы выделили основные услуги, которыми чаще всего пользуется население. Исходя из средней цены, мы составили примерный прайс для нашего проекта.

Расценки на услуги груммера:

- стрижка мелких собак – 1200 руб.;
- стрижка крупных собак – 1000 руб.;
- стрижка кошек – 600 руб.;
- мойка животного – 1200 руб.;
- уход за когтями/зубами – 1800 руб.;

Примерная выручка за день работы груммера – 6000 руб.

Ветеринарная клиника:

- первичный прием – 3750 руб.;
- постановка катетера – 1500 руб.;
- постановка капельницы – 1500 руб.;
- эвтаназия – 1200 руб.;
- вакцинация – 3000 руб.

Примерная выручка в день за услуги ветеринарного врача: 11 000 руб.

Всего: 17 000 руб.

Если пропускная способность будет около 15 животных в день, то годовая выручка (за 260 рабочих дней) составит 420 000 рублей.

Исходя из наших данных, годовая прибыль 420000 – 097370 = 3322630 рублей.

Также можно рассчитать срок окупаемости: 269 870 : 3 322 630 = 0,8 года.

Рассчитывается коэффициент рентабельности затрат:

3322630 : 1097370 = 3,03.

При оказании качественных услуг по доступным ценам, имея пропускную способность в день 15 клиентов со своими питомцами, и средней при-

былью в день около 17 тысяч рублей, можно получить высокорентабельное предприятие, на котором сотрудники будут иметь высокий заработок, а сама клиника – хороший рост среди своих конкурентов.

УДК 636.7.087.61

ПРОИЗВОДСТВО СУХОГО КОРМА ДЛЯ СОБАК НА ОСНОВЕ СЫВОРОТОЧНЫХ БЕЛКОВ МОЛОКА

А.Ю. Власова, К.С. Пашина
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Из-за того что пища, которой кормят домашних собак, отличается от естественной, у взрослых собак, как правило, уже нарушен процесс пищеварения. Это предъявляет повышенные требования к качеству производимого сухого корма. Для того чтобы определиться с сырьём для производства сухого корма для таких собак на основе типовой рецептуры, необходимо подобрать рацион, в котором вместо творога – источника плохо перевариваемого казеина (таблица 1) используется альбуминная масса из сывороточных белков (таблица 2).

Таблица 1 – Рацион взрослой собаки с использованием казеина

Ингредиенты	Количество грамм на 1 кг веса собаки
Мясо (говядина)	20
Творог	30
Зерновые хлопья	7
Овощи	15
Растительное масло	15

Состояние работ по данной инновационной идее соответствует третьему этапу инновационного цикла. Для реализации работ по этому этапу – апробации предлагаемого рациона необходимо приобретение комплекта оборудования (таблица 3).

Таблица 2 – Рацион взрослой собаки с использованием альбуминной массы

Ингредиенты	Количество грамм на 1 кг веса собаки
Мясо (говядина)	20
Альбуминная масса	30
Зерновые хлопья	7
Овощи	15
Растительное масло	15

Таблица 3 – Затраты на оборудование

Наименование оборудования	Затраты, рублей	Потребляемая мощность, кВт	Затраты в месяц, рублей
Мясорубка автоматическая	5799	0,9	66,24
Сушильный шкаф	34800	2	44,16
Формы	500	-	-
Блендер	2599	0,75	16,56
Кухонные инструменты	3000	-	-
Посуда	1000	-	-
Итого	47698	-	126,96

Для изготовления сухого корма для собак (со средней массой 15 кг) предлагается использовать следующее сырьё (таблица 4) в сопоставлении его с традиционным.

Таблица 4 – Затраты на 1 порцию по традиционной и предлагаемой рецептуре

Наименование сырья	Затраты по традиционной рецептуре, рублей	Затраты по предлагаемой рецептуре, рублей
Мясо (говядина)	200	200
Творог или альбумин	140	29
Зерновые хлопья	50	50
Овощи	30	30
Растительное масло	70	70
Витаминно-минеральная добавка Can-vit Green с глюкозамином	160	160
Итого	650	539

Затраты проведения эксперимента: на сырьё для приготовления корма и на оплату труда с социальными отчислениями 2 лаборантов по приготовлению порций корма, кормлению и наблюдению составят за 3 дня 2913 рублей.

Экономия на изготовление каждой порции составит 111 рублей.

Приведённые оценочные расчёты при благоприятном результате испытаний корма на собаках дадут возможность перейти к реализации 4 этапа инновационного цикла. Это предполагает апробацию производства корма по новой рецептуры на промышленной технологической линии, уже используемой при производстве кормов для домашних животных.

УДК [001.895:338.512:635.25](470.316)

ВЫРАЩИВАНИЕ МЕСТНЫХ СОРТОВ ЛУКА-РЕПКИ В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

А.А. Карпова, Я.С. Курицына, В.А. Москвичёва, А.А. Розова, А.В. Целикова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Ярославская область исторически является территорией выращивания овощных культур, в частности, лука. Здесь выведены по крайней мере три сорта этой культуры: даниловский, ростовский, романовский. Однако в настоящее время нет сведений о том, что какое-либо ярославское сельхозпредприятие производит лук-репку.

Данная работа является предпроектной оценкой бизнес-идеи выращивания лука-репки в Ярославской области.

Произведём оценку данного проекта освоения производства лука-репки, исходя из условий, что в наличии имеются только земельные угодья, а все остальное необходимо приобретать.

Набор самой производительной импортной сельхозтехники, включающей трактор и все механизмы, выполняющие операции лущения, погрузки и внесения минеральных удобрений, вспашку, культивацию, боронование, нарезку гряд, протравливание посевного материала, посев, междурядные обработки, обработки пестицидами, уборку (выкапывание и подбор), потребует затрат на сумму 7835686 рублей.

Заработная плата 6 рабочих, их которых 2 – механизаторы, составит 96184 рубля.

Социальные отчисления – 28855,2 рубля.

Затраты на горюче-смазочные материалы составят 297685,8 рубля.

На 100 га потребуется посевного материала 4000 кг на сумму 320000 рублей.

Минеральные удобрения (азофоска) обойдутся в 1800000 рублей.

Гербицидов потребуется 300 л на сумму 339858 рублей.

Затраты на покупку протравителя «Пристим» составят 88040 рублей.

Амортизационные отчисления – 1119383 рубля.

Итого текущие годовые затраты составят 4090006 рублей.

Выручка при урожайности лука сорта Даниловский 333,3 ц/га и цене 25 руб./ кг составит 83250000 рублей.

Годовая прибыль до уплаты налога – 79159994 рубля. Чистая прибыль после уплаты сельскохозяйственного налога составит 66600000 рублей.

Срок окупаемости – 0, 118 года.

УДК 001.895:338.512:637.521.4

ПРОИЗВОДСТВО РУЛЕТОВ ИЗ СВИНИНЫ В ООО «ФАБРИКА ДЕЛИКАТЕСОВ»

Н.А. Смирнова
Научный руководитель – к.э.н. Д.В. Ягодин
(ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия)

Цель данной работы – предпроектная оценка бизнес-идеи освоения производства рулетов из свинины на предприятии ООО «Фабрика деликатесов».

Основным сырьём для изготовления рулетов служит свинина, а в качестве добавок и пряностей используют: соль поваренную пищевую, молотый перец, нитрит натрия, сахар-песок. В таблице 1 представлена рецептура на 100 кг готового продукта.

Таблица 1 – Рецептура выработки копчёно-варёного рулета из свинины

Сырьё несолёное, добавки и пряности	На 100 кг	На 300 кг (производительность цикла), кг	Затраты, рублей
			На 1 цикл (300 кг)
Свинина (лопаточный отруб без костей и хрящей), кг	100	275	82500
Соль поваренная пищевая, г	3500	9,6	48
Перец молотый, г	700	1,9	855
Нитрит натрия, г	7,5	0,02	1,5
Сахар-песок, г	500	1,4	42
Итого на 1 цикл			83446,5

Начальные затраты для ООО «Фабрика деликатесов» включат покупку вакуумного массажёра, его монтаж и получение сертификата и составят 280000 рублей.

На годовую программу (36 циклов) затраты на сырьё составят 3004074 руб.

Годовые затраты на упаковочные материалы (пергамент и шпагат) – 17000 рублей.

Годовые затраты на оплату труда 5 работников со среднемесячной заработной платой составят 900000 рублей.

Социальные отчисления – 270000 рублей.

Годовые затраты на технологическую электроэнергию составят 21708 руб.

Амортизационные отчисления составят в год 215850 рублей.

Итого годовые текущие затраты составят 4428632 рубля.

Годовая выручка при отпускной оптовой цене 450 руб./кг составит 4860000 рублей.

Годовая выручка составит 431368 рублей.

Срок окупаемости начальных затрат составит 0,6 года.

Коэффициент рентабельности текущих затрат – 9%.

Произведённые оценочные расчёты показывают перспективность предложенной бизнес-идеи.

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Бесчастная М.В. (Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина) Оценка состояния организации управления сельским хозяйством Украины…….. 3

Быкова Н.В. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Концепция маркетинга взаимодействия для предприятий птицепродуктового подкомплекса Ярославской области……..... 8

Гогуля О.П. (Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина) Управление маркетинговой деятельностью предприятий на агропродовольственном рынке …..... 13

Зелинский Ю.И. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Концептуальный подход к развитию системы управления аграрным потенциалом сельских территорий……..... 17

Иванихин А.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Грейдинговая система оплаты труда руководителей и специалистов организаций……..... 22

Иванихина Л.Н., Пивоварова Е.Ю. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Организация производства и реализации картофеля в ООО племзавод «Родина» Ярославского муниципального района Ярославской области…… 31

Ковальчук М.А. (ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА, Ярославль, Россия) Психологическое здоровье педагога высшей школы как компонент профессиональной самореализации……... 37

Кудинова И.П. (Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина) Корпоративная социальная ответственность предприятий как основа инновационного развития современной экономики……..... 42

Михайлов С.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Корпоративный договор в системе российского права……..... 47

Мосиюк С.И.[1], Мосиюк И.Ф.[2] ([1]Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, [2]Национальный университет пищевых технологий, Киев, Украина) Туристическая предпринимательская деятельность на селе…….... 50

Репичев А.И. (ФГБОУ ВПО «Орловский государственный аграрный университет», Орел, Россия) Исследование потребительского поведения на рынке сельскохозяйственной продукции Орловской области…. 54

Сокол Л.М. (Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины, Киев, Украина) Ключевые аспекты управления развитием сельского зеленого туризма в Украине……..... 58

Суховская А.М., Голубева А.И., Дорохова В.И., Дугин А.Н. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Система мер по охране историко-культурного наследия на муниципальном уровне (на примере Тутаевского муниципального района Ярославской области)……. 63
Филимонова К.А. (ФГБОУ ВПО «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Верещагина», Вологда, Россия) Совершенствование стратегии развития СПК «Родина» Тотемского района……..... 71
Шалашова А.С. (ФГБОУ ВПО «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия имени Верещагина», Вологда, Россия) Материальное стимулирование работников в ООО «Водоканалсервис»… 74
Шинакова Н.Ю. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Управление корпорацией на основе принципов социальной ответственности…….. 80
Ягодин Д.В. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Содержание заявок на поддержку инновационных проектов и распределение имущественных прав на их результаты…… 86

СЕКЦИЯ «ПРЕДПРОЕКТНЫЕ ОЦЕНКИ БИЗНЕС-ИДЕИ»

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Антропов Н.В., Кулёмина Н.М. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Оценка перспектив инновационной идеи утилизации отходов лесного хозяйства…… 91
Виноградова Л.А., Кривов В.И. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи выращивания имбиря в Ярославской области…… 92
Галаева К.Ю. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Высокорентабельное производство качественной клюквы отечественного сорта…… 94
Гомзина О.Н., Летукова Т.Е., Орликова В.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи уничтожения борщевика с помощью гербицидов……. 95
Долгова Н.С., Сверчкова Е.Н. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи технологии биологической мелиорации переувлажненных почв……. 97
Ивачкина О.В. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи выявления в продуктах питания ГМО и консервантов с помощью дрессированных крыс….. 98
Катмакова А.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка бизнес-идеи производства овечьего сыра….. 100

Кожухова Ю.А., Павлова Я.В. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи выращивания налимов…… 102
Макаров А.С. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка бизнес-идеи производства экологически чистого картофеля…….. 104
Михеев Л.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи производства мясного сырья из стволовых клеток коровьих эмбрионов…… 106
Моисеева Е.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка социального проекта организации приюта для бездомных собак……... 109
Оганесян А.Р. (ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи внесезонной выгонки ландышей…… 110
Пятакова А.О. (ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка бизнес-идеи выращивания зимостойкой ежевики в Ярославской области……..... 111
Румянцева В.С. (ФГОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка бизнес-идеи производства косметического средства из корня солодки…….. 113
Седова К.В., Седунова А.А., Мазурина М.В. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи составления единого санитарно-эпидемиологического руководства по эффективному кролиководству…… 115
Соболева Е.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка бизнес-идеи производства малинового кваса…… 116
Соколов И.М., Черепанова С.С. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи выведения культурного сорта черники…….. 117
Стасюк О.И. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи рациона питания для шпица, устраняющего слезливость……... 120
Фабричнова Т.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи производства кисломолочного продукта с ягодной добавкой…… 121
Федина Е.Е. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Предпроектная оценка инновационной идеи совершенствования рациона питания для спортивных лошадей…… 122

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Баранов И.В., Саросек Л.С. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Переработка некондиционных овощей с помощью шоковой заморозки……... 124
Богоявленская Н.Н. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Производство стартового корма для мальков осетровых рыб на основе гетеротрофных нанофлагеллят…….. 125
Васильева Е.Н., Найденкова В.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Частная ветеринарная клиника…….. 127
Власова А.Ю., Пашина К.С. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Производство сухого корма для собак на основе сывороточных белков молока…… 129
Карпова А.А., Курицына Я.С., Москвичёва В.А., Розова А.А., Целикова А.В. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Выращивание местных сортов лука-репки в Ярославской области.. 131
Смирнова Н.А. (ФГБОУ ВПО «Ярославская ГСХА», Ярославль, Россия) Производство рулетов из свинины в ООО «Фабрика деликатесов».. 132

Научное издание

Сборник научных трудов по материалам международной научно-практической конференции

«Актуальные проблемы менеджмента в экономике XXI века»

20 мая 2015 г.

под общ. ред. к.э.н. доцента А.М. Суховской

Начальник редакционно-издательского отдела Е.А. Богословская
Технический редактор Е.И. Кудрявцева
Художественный редактор Т.Н. Волкова
Редактор Е.А. Богословская

Подписано в печать 18.12.2015 г.
Формат 60 × 84 $^{1}/_{16}$. Бумага офсетная. Печать ризографическая.
Усл. печ. л. 8,6. Тираж 500 экз. Заказ № 53.

Издательство ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА.
150042, г. Ярославль, Тутаевское шоссе, 58.

Отпечатано в типографии
ФГБОУ ВО Ярославская ГСХА.
150042, г. Ярославль, Тутаевское шоссе, 58.

ISBN 978-5-98914-151-7