

которым понимается оптимальное сочетание результата и затрат, характеризующееся системой показателей, которая определяет степень использования производственного потенциала предприятия.

Сущность экономической эффективности также выражается через ее критерий и показатели. Критерий – это признак, на основании которого производится оценка эф-

фективности. Он указывает наиболее эффективный способ достижения цели, средство, с помощью которого измеряются и выбираются альтернативные варианты развития производства.

В соответствии с этим нами были выделены четыре критерия эффективности, для каждого из которых предложена своя система показателей (табл.).

Таблица

Критерии и показатели экономической эффективности производства мяса крупного рогатого скота

Критерии			
Оптимальное сочетание затрат	Оптимальное сочетание ресурсов	Чистый выигрыш	Удовлетворение потребностей общества
Показатели: 1) себестоимость 1 ц прироста, руб.; 2) себестоимость 1 ц живой массы, руб.; 3) затраты кормов на 1 ц прироста, руб.; 4) затраты труда на 1 ц прироста, чел.-ч.; 5) оплата труда 1 чел.-ч	Показатели: 1) среднесуточный прирост, г; 2) живая масса при реализации, г; 3) производство мяса: - на 1 усл. голову; - 1 га сельскохозяйственных угодий, 1 чел.-ч.; - 1 руб. затрат	Показатели: 1) валовой доход на 1 ц прироста, руб.; 2) чистый доход на 1 ц прироста, руб.; 3) коэффициент окупаемости материально-денежных затрат на единицу продукции; 4) прибыль: - на 1 ц реализованной живой массы, руб., - на 1 гол. скота, руб., - на 1 руб. капитальных вложений; 5) рентабельность производства, продаж, %; 6) норма прибыли, %; 7) капиталоемкость, руб.	Показатели: 1) количество реализованного мяса на 1 жителя, ц; 2) потребление мяса на душу населения, кг

**Заключение**

Предложенные нами критерии позволяют полно охарактеризовать понятие экономической эффективности, а приведенная система показателей – достаточно достоверно оценить эффективность производства говядины в сельскохозяйственных организациях.

**Библиографический список**

1. Маркс К., Энгельс Ф. Теории прибавочной стоимости: соч. – 2-е изд. – Т. 26. – Ч. 2. – 673 с.  
2. Добрынин В.А. Актуальные проблемы экономики агропромышленного комплекса. – М.: Изд-во МСХА, 2001. – 402 с.  
3. Петранева Г.А., Тушканов М.П. Экономика и управление в сельском хозяйстве.

– М.: Изд-кий центр «Академия», 2003. – 352 с.

4. Абалкин Л.И. Конечные народнохозяйственные результаты: сущность, показатели, пути повышения. – М.: Экономика, 1982. – С. 70.

5. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. – М.: Финансы и статистика, 1992. – Т. 2. – 384 с.

6. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: пер. 17-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2009. – XXVIII. – 916 с.

7. Котов Г.Г. Что такое эффективность сельскохозяйственного производства. – М.: Колос, 1975. – 262 с.



УДК 634.001.76(571.15)

**А.С. Кудашкин,  
А.И. Колобова**

**ОПТИМИЗАЦИЯ ПАРАМЕТРОВ РАЗВИТИЯ САДОВОДСТВА В РЕГИОНЕ**

**Ключевые слова:** промышленное садоводство, комплексный подход, системный подход, интенсивное расширенное вос-

производство, продуктовый региональный подкомплекс, устойчивое развитие сельского хозяйства, агропромышленный хол-

*динг, целевая комплексная программа, экономико-математическое моделирование, эластичность спроса по доходу, нормативные затраты.*

Повышение эффективности садоводства будет достигнуто созданием интегрированной системы рыночных отношений на основе интенсивного расширенного воспроизводства, что приведет к полному удовлетворению высококачественной продукцией местного производства населения и туристов Республики Алтай. Такой интегрированной системой является плодово-ягодный продуктовый региональный подкомплекс, позволяющий объединить в единый воспроизводственный процесс производство, хранение, переработку плодов и ягод и реализацию конечной продукции.

**Целью исследования** является разработка региональной комплексной целевой программы развития продуктового регионального плодово-ягодного подкомплекса. Для этого были обоснованы объем и структура потребности в плодах, ягодах и продуктов переработки для населения Республики Алтай; с учетом максимально возможного удовлетворения потребностей населения и туристов республики в продукции садоводства обосновано валовое производство плодов и ягод; организация садоводства рассматривалась как взаимоувязанный процесс воспроизводства на всех стадиях движения продукта от сельхозтоваропроизводителей до потребителей.

При исследовании использовались системный и комплексный подходы, симплексный метод экономико-математического моделирования, конструктивно-расчетный, абстрактно-логический, монографический и другие методы.

#### **Основные итоги исследований**

Повышение эффективности садоводства возможно при комплексном и системном подходах к организации всех процессов воспроизводства, охватывающие все стадии технологической цепочки: производитель – потребитель. Это достигается созданием интегрированной системы рыночных отношений, что будет способствовать производству плодов и ягод на основе интенсивного расширенного воспроизводства, а значит, устойчивому развитию сельского хозяйства региона и полному удовлетворению высококачественной продукцией местного производства населения и туристов Республики Алтай. Такой интегрированной системой является плодово-ягодный продуктовый региональный подкомплекс, позволяющий объединить в единый воспроизводственный процесс производство, хранение, переработку

плодов и ягод и реализацию конечной продукции (рис. 1).

Организация плодово-ягодного подкомплекса в регионе может быть осуществлена на основе создания интегрированного формирования по типу агрохолдинга – кооперацией специализированных сельскохозяйственных предприятий, имеющих перерабатывающие заводы и фруктохранилища, и их интеграцией с торговыми компаниями. Так, объединение в Волгоградской области шести сельскохозяйственных предприятий, занимающихся садоводством, питомниководством и овощеводством, перерабатывающего завода с тремя торговыми организациями в агропромышленный холдинг ОАО «НПГ «Сады Придонья» позволило компании стать крупнейшим в России садоводческим агропромышленным предприятием, занять пятое место среди российских производителей соковой продукции («Золотая Русь», «Сады Придонья» и др.) и второе место на рынке детского питания («Спелёнок» и др.). Холдинг реализует плоды как в свежем виде, так и концентраты, соки и детское питание, через входящие в него торговые компании и представительства по всей России. Создание агропромышленного холдинга позволяет входящим в него предприятиям вести садоводство на основе интенсивного расширенного воспроизводства: ежегодно закладывается около 220 га сада, что позволило увеличить площадь многолетних насаждений за последние 10 лет в 8,3 раза до 2,5 тыс. га, из которых 500 га возделывается на основе прогрессивного капельного орошения; постоянно обновляется специализированная садоводческая техника; ведется строительство перерабатывающих цехов, достигших производительности 600 т соков в сутки, и складского терминала площадью 4,5 тыс. м<sup>2</sup>; эффективная работа Управления маркетинга и стратегического развития позволяет реализовывать около 15 тыс. т плодов в год, из них около половины в свежем виде; ежегодно трудоустроивается до 0,5 тыс. человек в сельской местности; семьям работников предоставляется служебное жилье; ведутся работы по созданию корпоративного учебного центра и т.д. В результате сельскохозяйственные предприятия, вошедшие в холдинг, из убыточных за 10 лет превратились в конкурентоспособные передовые хозяйства – урожайность плодовых культур достигла 20 т/га, а уровень рентабельности в садоводстве превысил 100% [1].

В садоводстве Республики Алтай мы предлагаем организовать агропромышленный холдинг «Горный сад» на основе пяти специализированных садоводческих предприятий (ФГУП ОПХ «Горно-Алтайское»,

АПК «Заречный», СПК «Эликманарский», СПК «Коксинский» и СПК «Челушманский»); построенных на их базе фруктохранилищ, морозильных комплексов и перерабатывающих цехов; торговых компаний и представительств в соседних регионах (рис. 2).

Организация плодово-ягодного подкомплекса в Республике Алтай обосновывалась нами на основе оптимизации параметров развития всех его отраслей путем реализации целевой комплексной программы развития садоводства, которая представляют собой систему увязанных по ресурсам и срокам осуществления организационно-экономических, инновационных, технических, научно-исследовательских, социальных, экологических и других мероприятий, обеспечивающих достижения заданного уровня удовлетворения потребностей насе-

ления в плодах, ягодах и продуктах их переработки наиболее эффективными способами.

Целевая комплексная программа – это план действий организаций и предприятий, участвующих в цепочке «производитель – потребитель продукции». Разработка такой программы позволит осуществлять комплексную организацию всех звеньев в воспроизводственном процессе с целью влияния на конечные результаты. Структуры, занимающиеся производством продукции, ее качеством, инновациями, техническим, информационным обеспечением, переработкой, развитием рыночной инфраструктуры, сбытом, экспортно-импортными операциями, финансированием и др., смогут работать по единому плану (рис. 1).

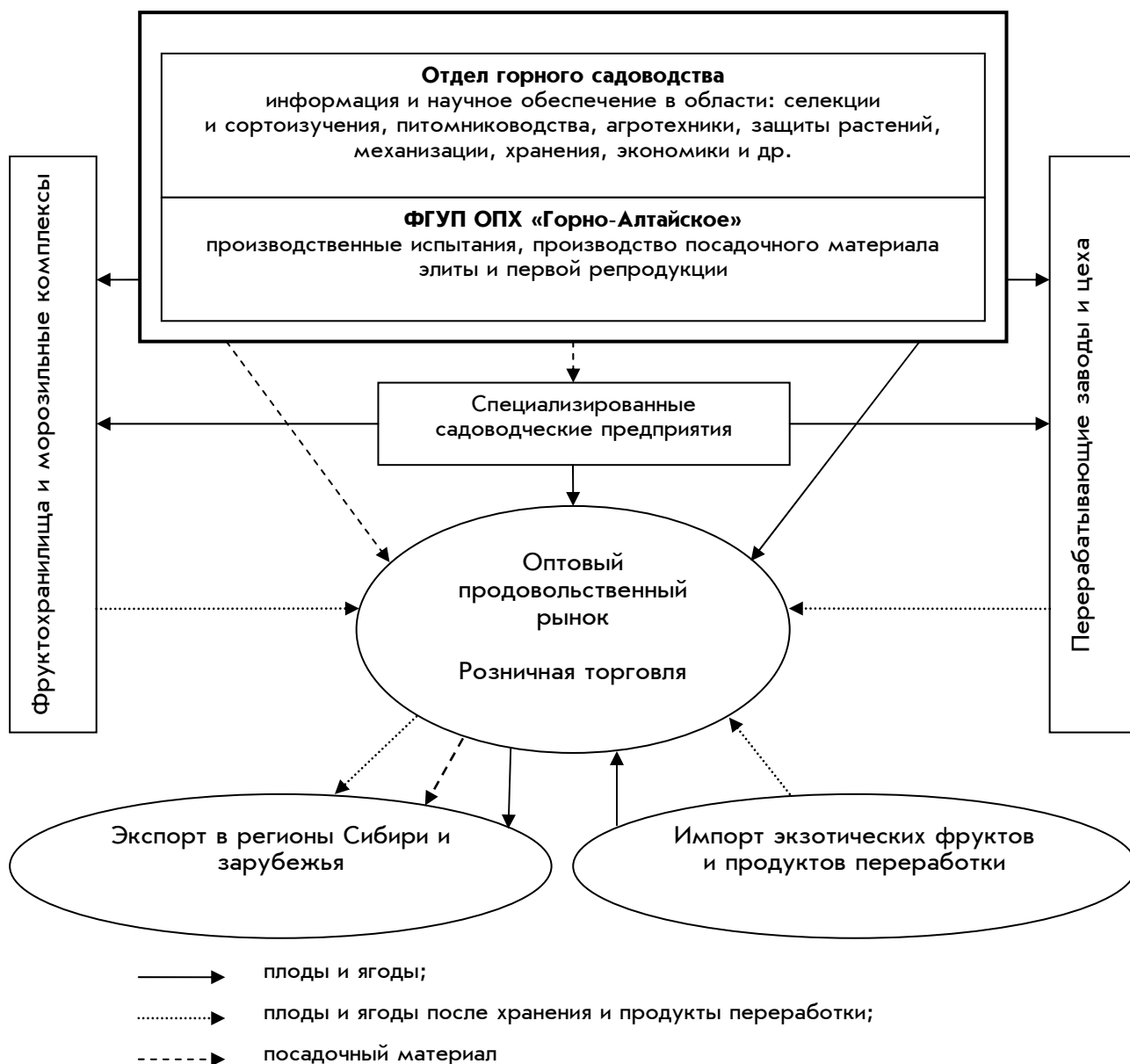


Рис. 1. Проектная организационно-производственная структура плодово-ягодного подкомплекса в Республике Алтай

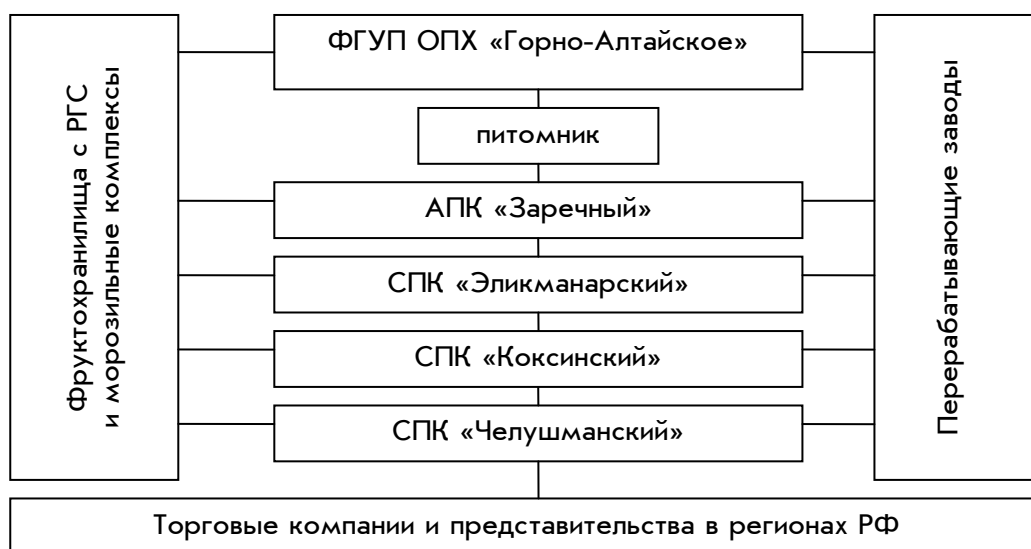


Рис. 2. Агропромышленный холдинг «Горный сад»

Региональная программа развития садоводства должна включать в себя: прогноз производства с учетом спроса и предложения, ценовой конъюнктуры, баланса использования продукции, мер стимулирования производства и реализации, развития кооперации и интеграции, совершенствования взаимоотношений между партнерами единого воспроизводственного процесса, мероприятий по производственно-техническому, информационному обеспечению, развитию рыночной инфраструктуры и др.

Обоснование региональной программы развития плодово-ягодного подкомплекса «Горный сад» осуществлялось нами на основе ряда общих методологических положений по развитию продуктового подкомплекса: сельскохозяйственных предприятий, фруктохранилищ, перерабатывающих и торговых предприятий. Разработка программы развития должна затрагивать вопросы сбалансированного развития отраслей, связанных с производством посадочного материала, выращиванием плодов и ягод, их хранением и переработкой, реализацией конечной продукции.

С целью оптимизации производственно-отраслевой структуры использования плодов и ягод в Республике Алтай нами в ходе разработки комплексной программы «Горный сад» поставлена и решена задача на ЭВМ в среде MS Excel с использованием симплексного метода экономико-математического моделирования.

Методическое определение оптимальной структуры использования плодов и ягод предполагает такое соотношение конечной продукции, при которой производство плодов и ягод будет максимально эффективным. Модель состоит из блоков, каждый из которых соответствует определенному технологическому процессу использования

плодов и ягод: в период уборки, хранения, переработки. Исходными переменными модели являются: объемы производства, затраты участников технологической цепи, цены реализации конечной продукции. Искомые переменными являются относительные величины использования плодов и ягод.

Целевая функция экономико-математической модели, направленная на максимизацию прибыли, имеет следующий вид:

$$\sum_{j=1}^m (p_{ij} - c_{ij}) q_{hj} k_{hij} \rightarrow \max$$

где  $p_{ij}$  – розничная цена единицы  $i$ -го вида конечной продукции при  $j$ -том направлении использования плодов и ягод;

$c_{ij}$  – себестоимость единицы  $i$ -го вида конечной продукции при  $j$ -том направлении использования плодов и ягод;

$q_{hj}$  – объем  $h$ -го вида плодов и ягод для  $j$ -го направления их использования;

$k_{hij}$  – коэффициент полноты использования  $h$ -го вида плодов и ягод для производства единицы  $i$ -го вида конечной продукции при  $j$ -том направлении использования плодов и ягод.

Обоснование комплексной целевой программы перспективного развития садоводства в республике осуществлялось в несколько этапов.

Начальным этапом являлось обоснование объемов и структуры потребности в плодах, ягодах и продуктах переработки для городского и сельского населения Республики Алтай и туристов с учетом норм, рекомендуемых Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации [2]. Так, прогнозируемая чис-

ленность населения, по данным прогноза Минэкономразвития Республики Алтай, в 2012 г. составит 206,0 тыс. человек [3].

Для удовлетворения потребностей населения республики в свежих плодах и ягодах следует производить 4,88 тыс. т плодов и ягод для городского населения и 13,92 тыс. т – для сельского. Кроме того, оптимальная величина туристического потока с учетом нормативной антропогенной нагрузки на горно-долинные ландшафты, по расчетам Министерства туризма Республики Алтай, составит 1197,3 тыс. чел.-дней в год [3]. Для удовлетворения потребности туристов в свежих плодах и ягодах следует производить ежегодно 311,3 т плодов и ягод.

Для удовлетворения потребностей местного населения и туристов Республики Алтай в продуктах переработки плодов и ягод следует производить 13,16 муб. плодово-ягодных консервов для городского населения, 37,59 муб. – для сельского и 0,8 муб. – для туристов.

Далее обосновывалось валовое производство плодов и ягод с учетом максимально возможного удовлетворения потребностей населения и туристов республики на прогнозируемый период (2012 г.) в продукции садоводства как в свежем виде, так и в переработанном. Для этого были решены следующие задачи:

- обоснованы размеры и размещение плодовых и ягодных насаждений по природно-экономическим зонам республики с учетом туристско-рекреационного районирования региона;

- определена урожайность плодовых и ягодных культур при интенсивной системе ведения отрасли, с учетом реализации выявленных резервов;

- разработан план перехода к рекомендуемой структуре многолетних насаждений, садообороту и потребность в посадочном материале;

- обоснован размер инвестиций на закладку, уход за молодыми насаждениями, приобретение садоводческой техники и оборудования.

Обоснование размера и размещения многолетних насаждений осуществлялось нами путем концентрации их в специализированных садоводческих сельскохозяйственных предприятиях и благоприятных микрорайонах. Для полной обеспеченности населения и туристов республики плодами и ягодами требуется 19,1 тыс. т в год, но удовлетворение их спроса может быть обеспечено за счет собственного производства только на 79,8% ввиду ограниченности природных ресурсов для выращивания экзотических южных фруктов, поэтому

3,86 тыс. т необходимо импортировать из других регионов России и зарубежья. В республике же для полного удовлетворения потребностей населения и туристов необходимо производить 15,25 тыс. т плодов и ягод, при обоснованной урожайности с учетом риска в среднем по культурам – 16,93 т/га, площадь многолетних насаждений должна составить в крупных сельскохозяйственных предприятиях и крестьянских (фермерских) хозяйствах не менее 1419 га, в том числе в плодоносящем возрасте – 1014 га (с учетом развития перерабатывающих отраслей); в хозяйствах населения для личного потребления, исходя из фактического наличия семей, имеющих подсобные и дачные участки (50 тыс.), и средней фактической урожайности (3,9 т/га), – 812 га плодоносящих насаждений.

Однако ограничивающим спрос фактором является покупательная способность доходов населения. Для определения изменения величины спроса на плоды и ягоды в Республике Алтай в зависимости от изменения размера дохода населения был рассчитан коэффициент эластичности спроса по доходу.

Значение коэффициента ( $E_i = 0,64$ ) указывает на эластичность спроса по доходу, так как изменение дохода покупателей на 1% ведет к изменению спроса на плоды и ягоды в республике на 0,64%. А поскольку  $E_i > 0$ , плоды и ягоды являются нормальным товаром, то есть спрос на них увеличивается с ростом доходов населения.

На перспективу в специализированных сельскохозяйственных предприятиях площади плодоносящих насаждений меняться не должны, но важно, чтобы имелись насаждения трех возрастов: молодые неплодоносящие сады; насаждения, вступающие в плодоношение; плодоносящие. Это достигается введением садооборота и наличием резервных площадей, на которых проводится подготовка участков к закладке новых садов. Расчет резервной площади для природно-экономических зон Республики Алтай произведен по формуле [4]:

$$P_{\Pi} = \frac{\Pi_{\Pi}}{T_{\Sigma}} \times I$$

где  $\Pi_{\Pi}$  – плановая площадь сада, га;

$T_{\Sigma}$  – нормативный срок эксплуатации сада, лет;

$I$  – интервал от раскорчевки до закладки нового сада (2 года).

Исходя из среднего по культурам нормативного срока эксплуатации сада (низкогорная зона – 11 лет, горно-степная и высокогорная зоны – 11,5 лет), размер резервной площади в специализированных сельскохозяйственных предприятиях республики дол-



жен составлять не менее 252 га, что в совокупности с требуемой площадью многолетних насаждений составит 1671 га сельскохозяйственных угодий, которые необходимо выделить для реализации комплексной программы «Горный сад».

Площадь плодоносящих насаждений к 2012 г. может составить 787 га, полная обеспеченность плодами и ягодами будет достигнута к 2017 г. при вступлении в максимальную степень плодоношения насаждений семечковых культур, заложенных в 2008-2012 гг.

Достижение планируемых объемов производства возможно при полной обеспеченности сельскохозяйственных предприятий необходимым посадочным материалом, специализированной садоводческой техникой, квалифицированными специалистами и рабочими садоводства. Обоснование площадей закладки многолетних насаждений нами проводилась при условии обеспеченности сельскохозяйственных предприятий и хозяйств населения посадочным материалом новых сортов первой репродукции из питомников ФГУП ОПХ «Горно-Алтайское», который имеет статус оригинатора.

Для определения размера инвестиций на раскорчевку, закладку садов и уход за многолетними насаждениями нами разработаны проектные технологические карты.

В результате проведенных расчетов нормативные затраты на 1 га питомника плодовых и ягодных культур составят 595,1 тыс. руб., а себестоимость 1 саженца в среднем – 4,67 руб.

Нормативные затраты на 1 га при закладке плодового и ягодного сада в среднем по республике составят 233,0 тыс. руб., при уходе за молодыми насаждениями – 66,5, при раскорчевке – 27,4 тыс. руб.

Таким образом, организация садоводства рассматривалась нами как взаимоувязанный процесс воспроизводства на всех стадиях

движения продукта от сельхозтоваропроизводителей до потребителей: производство плодов и ягод увязано с потребностями населения и туристов в них и продуктах переработки; развитие питомниководства – с планом садооборота для перехода к требуемым площадям насаждений; развитие мощностей для хранения и переработки – с сырьевыми ресурсами, что и явилось основой для определения темпов и пропорций развития взаимосвязанных отраслей сельского хозяйства, фруктохранилищ, перерабатывающих и торговых предприятий, упорядочения связей производителей с потребителями, направленные на реализацию интересов партнеров плодово-ягодного подкомплекса.

#### Библиографический список

1. Годлевский П. Соки на всю Россию [Электронный ресурс]: Торговая газета. – 2006. – № 80-82 (370-372) – 20 окт. – (<http://www.businesspress.ru/newspaper/>).
2. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 7 октября 2005 г. № 624 «О внесении изменения в Инструкцию по организации лечебного питания в лечебно-профилактических учреждениях, утвержденную приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 5 августа 2003 г. № 330» // Здравоохранение. – 2006. – № 4. – С. 117-119.
3. О Законе Республики Алтай «О программе социально-экономического развития Республики Алтай на 2006-2009 годы» [Электронный ресурс]: постановление Государственного Собрания – Эл Курултай Республики Алтай от 31 октября 2006 г. N 7-12. – ([http://www.altai-republic.com/docs/programma\\_ra.pdf](http://www.altai-republic.com/docs/programma_ra.pdf)).
4. Плодоводство / под ред. В.А. Потапова, Ф.Н. Пильщикова. – М.: Колос, 2000. – 421 с.



УДК 338.46:339.1

Э.В. Рязанцев

## СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ МАРКЕТИНГА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Ключевые слова:** маркетинг, объем продаж, цена, служба маркетинга, стратегия, планирование.

Российская экономика развивается стремительными темпами. В сегодняшних реали-

ях, когда конкуренция настолько велика и хорошо ощутима практически каждой из компаний, одной только рекламы уже становится недостаточно для того, чтобы привлечь внимание к товару и «завоевать» клиента. И сегодня уже не секрет, что в про-