

УДК 338.45:664(470.343)

О ПРОБЛЕМАХ ПРОИЗВОДСТВА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

Александров А.В.

ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», Йошкар-Ола, Россия (424000, г.Йошкар-Ола, Ленина площадь, 1), e-mail: prk@marsu.ru

Рассмотрено текущее состояние рынка экологически чистых продуктов в России и за рубежом. Дан анализ основных проблем его развития, а так же отношение российских предпринимателей к производству и реализации экологически чистой продукции. На примере птицефабрики «Акашевская» Республики Марий Эл описан процесс и способы получения товаров высокого качества. Основное внимание уделено производству экологически чистой продукции-мяса птицы. Остро ставится вопрос о привлечении инвестиции для расширения производственных площадей с целью увеличения производства товарной продукции. Приведены возможные риски, а так же методы их устранения, поджидающие предпринимателей, решивших перейти на производство экологически чистой продукции. Поднят вопрос о расширении рыночной ниши, гарантирующую устойчивый, перспективный спрос на продукцию предприятия на внутреннем и внешнем рынках.

Ключевые слова: экологически чистый продукт, птицеводство, инвестиции, товарная продукция, мясо птицы, ассортимент произведенной продукции.

ABOUT THE PROBLEMS OF PRODUCING ECO-FRIENDLY PRODUCTION IN MARI EL

Aleksandrov A. V.

Mari State University, Yoshkar-Ola, Russia (424000, Yoshkar-Ola, Lenin Square 1), prk@marsu.ru

There has been review the current state of the market of environmentally friendly products in Russia and abroad. There is given the analysis of the main problems of the environmentally friendly production market development in the Russian Federation on the example of the poultry farm "Akashevskaya" Republic of Mari El. The focus is on the production of environmentally friendly products such as poultry broiler. There is raised the issue of attracting investments to expand production facilities in order to increase production of marketable products. There are given possible risks, as well as ways to do without them, waiting for businessmen who have decided to switch to the production of environmentally friendly products. There has been raised the question of expanding a place in market, guaranteeing a sustainable, future demand for the company's products in domestic and foreign markets.

Keywords: eco-friendly product, poultry, investments, commercial products, poultry, range of manufactured products.

Беспокойство общества по поводу генетически модифицированных компонентов, содержащихся в продуктах питания, а так же пищевые эпидемии (птичий грипп, коровье бешенство и др.), возникшие в последние десятилетия, дало начало активному развитию мирового рынка экологически чистых продуктов питания. На сегодняшний день эксперты единогласно оценивают данную отрасль одной из наиболее крупных и динамично развивающихся в мире.

На Западе, рынок экологически чистых продуктов развивается и расширяется более 30 лет.

Странами Европейского Союза предприняты дополнительные меры поддержки предприятий, осуществляющих производство экологически чистой продукции. Эти меры установлены на общеевропейском, государственном и муниципальном уровнях. Кроме того,

государство субсидирует научные исследования, среди которых экологическое сельское хозяйство.

В России, к сожалению, этот рынок до сих пор не развит. До последнего времени предприятия не ставили во внимание данный вопрос. Бизнес основан на получение прибыли. Усовершенствование предприятий стоит дороже платы за загрязнения, в то время как уровень региональных предприятий не позволяет быстро снизить влияние на экологию до нормы. В основном анализ негативного влияния ведется исходя из гигиенических норм, а не экологических, которые должны быть более жесткими [5].

Республика Марий Эл имеет районы, на территории которых возможно производство экологически чистых продуктов. Благодаря природно-климатическим условиям, а так же отсутствию промышленного производства, способного отрицательно повлиять на качество производимой продукции, наш регион имеет все условия для формирования данного вида рынка [4].

Отставание Российского рынка экологически чистой продукции от западного имеет несколько причин. Это неясная позиция государства, недостаток мероприятий по повышению экологической культуры общества, отсутствие четкого представления о понятии экологически чистой продукции. Предприниматели не видят преимуществ в признании их продукции экологически чистой, многие не представляют, что понимать под таким продуктом, каким требованиям он должен соответствовать.

Помимо недостаточной осведомленности, посильную помощь в развитии производства экологически чистых продуктов может принести государство. Рынку необходимы не только и не столько законодательные акты, регламенты, сколько поддержка в виде дотаций, субсидий. Это поможет активизировать российских предпринимателей войти в сферу производства органических продуктов, что поднимет конкуренцию, вследствие чего данный товар станет более доступным покупателю [3]. В свою очередь, увеличение числа потребителей экологически чистых продуктов положительно отразится на здоровье населения, как результат, уменьшатся расходы государства на содержание различного рода лечебных учреждений, выделение социальных дотаций и т.п.

Одним из успешных примеров проведения инвестиционной политики в Республике Марий Эл, в том числе при поддержке государства на региональном и местном уровнях является ООО «Птицефабрика Акашевская». Предприятие представляет собой вертикально интегрированный сельскохозяйственный комплекс, включающий в себя выращивание птицы, глубокую переработку мяса и производство готовых блюд, собственное маточное стадо, выращивание и хранение зерна, производство кормов, а так же собственную сбыточную сеть.[2]

С помощью финансовой поддержки удалось реконструировать здание инкубатория, приобрести новое, а так же высокотехнологичное оборудование, которое отвечает за содержание, кормление птицы, создание оптимального климата. Процесс полностью автоматизирован и управляется при помощи компьютера.

Благодаря правильно построенному процессу производства, предприятие гарантирует изготовление продукции высокого качества, и экологическую чистоту товара. Тому свидетельствует активное участие компании в выставках и конкурсах регионального, российского и даже международного уровня, где она неоднократно становилась лауреатом в области качественных продуктов [2].

Любая организация, занимающаяся производством, является объектом наблюдения широкого круга лиц, таких как акционеры, кредиторы, партнеры, потребители. У всех свои интересы, каждый выделяет наиболее значимые для него факторы и аспекты деятельности компании. Именно поэтому предприятию необходимо строго контролировать все уровни производства, для получения высококачественной продукции и сохранению конкурентоспособности на рынке[2].

Так, для того чтобы компания не подверглась таким угрозам как: высокий уровень инфляции, агрессивная деятельность действующих конкурентов, повышение требований к качеству продукции со стороны потребителей, отказу банков в выдаче кредитов из-за недостатка залогового обеспечения, ей необходимо выполнить следующие действия [1]:

- заняться реализацией новых видов экологически чистой продукции;
- расширить ассортимент выпускаемой продукции за счет внедрения новых технологий;
- использовать собственные источники финансирования;
- увеличить информационное поле за счет рекламы (так как у большинства потенциальных покупателей нет информации о возможностях предприятия, следует расширять круг общения с возможными покупателями);
- улучшить организацию производства и труда (улучшение эргономики труда работающих путем создания полноценного социально - психологического климата; введение должности психолога, который будет следить за психическим здоровьем работников).

Тем самым, данные мероприятия позволят компании занять стабильное положение на рынке, а так же увеличить свое финансовое положение.

Развитие любых рыночных структур должно отвечать требованиям, диктуемым новыми условиями хозяйствования: иметь широкую рыночную нишу, гарантирующую устойчивый, перспективный спрос на продукцию предприятия на внутреннем и внешнем рынках; быть способным разрабатывать и производить конкурентоспособную продукцию; обеспечивать целесообразное совмещение функций управления, необходимых для устойчивой работы

предприятия; использовать весь комплекс прав и возможностей для поддержания платежеспособного спроса на продукцию предприятия.

Список литературы

1. Мельник А.Н. Стратегическое планирование деятельности фирмы на этапе перехода к рыночным отношениям / А.Н. Мельник. – СПб.: Изд-во СПб.УЭФ, 2008.- 102 с.
2. Официальный сайт ООО «Птицефабрика «Акашевская» [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://akashevo.ru> (дата обращения 20.11.2014).
3. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. - Издательство: Альпина Бизнес Букс, 2007. - 454 с.
4. Статистические материалы территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://maristat.gks.ru> (дата обращения 25.11.2014).
5. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник - 2-е изд., доп. / А.Д. Шеремет. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 366 с.

Рецензенты:

Смирнов А.А., д.э.н., профессор кафедры менеджмента и региональной экономики ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г.Йошкар-Ола.

Бурков А.В. д.э.н., профессор кафедры прикладной статистики и информатики ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г.Йошкар-Ола.