

Андрей Владимирович Глотко

(доктор экономических наук, доцент кафедры менеджмента, туризма
и экономической теории Горно-Алтайского государственного университета,
г. Горно-Алтайск)

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОИЗВОДСТВА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ НА ТРАНСГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ*

Ключевые слова: органическое сельское хозяйство, модель рынка органических продуктов, эффективность регионального мараловодства.

В настоящее время рынок органических продуктов представляется одним из наиболее развивающихся и перспективных направлений агропромышленного производства. Продовольственная безопасность страны, здоровье населения и качество его жизни во многом обусловлены развитием органического сельскохозяйственного производства, базирующегося на инновационных разработках в области альтернативного землепользования, сохранения природных ресурсов, прежде всего земельных. Вместе с тем незаполненная ниша рынка органической (экологически чистой) продукции и значительный земельный потенциал для внедрения органического земледелия создают все необходимые предпосылки для формирования и развития отечественного сельского хозяйства, ориентированного на производство органической продукции [1; 2].

Производство экологически чистой сельхозпродукции становится все более популярным в мире благодаря стабильно и быстро растущему спросу. Основные причины этого явления кроются в следующем:

1) экологические пищевые кризисы последнего десятилетия (эпидемия коровьего бешенства, эпидемия ящура, птичий грипп и др.) и рост недоверия к обычным продуктам;

2) общественные волнения по поводу вреда генно-модифицированных компонентов, содержащихся в продуктах питания.

В экологических хозяйствах стран ЕС производятся бобовые и зерновые культуры, чай, мед, грибы, яйца, мясо, молоко и молочные продукты, овощи, морские аквакультуры, дрожжи, вино.

Доля экологического производства в Европе в 2010 г. составляла около 4% сельскохозяйственных площадей – 7,39 млн га, в том числе 3 млн га – биопашня и 3,2 млн га – биопастбища. Самое большое количество экоплощадей в Италии (1,15 млн га), за ней следуют Испания (1 млн га) и Германия (0,87 млн га).

Органическое сельское хозяйство стало надеждой, что в России появятся условия и механизмы развития малых и средних сельскохозяйственных форм производства.

Способность России выдержать соответствие международным стандартам и быть конкурентоспособной на мировом рынке экологически чистой сельхозпродукции достаточно высока. Это объяснимо со следующих позиций:

1. Отдельные российские культуры слабо культивируются на Западе или не выращиваются вовсе, а некоторые – к примеру, дикорастущие ягоды, грибы, кедровые орехи, лекарственные растения – просто не имеют мировых аналогов.

2. Государственные стандарты для обычных продуктов в России более жесткие, чем на Западе. В отечественных продуктах питания гораздо меньше химии, нежели в импортных, что делает их более желанными как на внутреннем российском рынке, так и на международном.

3. Запасы земель в России огромны. Внедрение экологических систем нужно осуществлять на обширных площадях, согласовывая с большим количеством мелких собственников.

При внедрении методов экологического производства существуют некоторые проблемы. Во-первых, дороговизна проектов эко-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ (проект №15-22-03001).

логического агропроизводства. Финансовые затраты, необходимые для внедрения этих технологий, оцениваются в 200–1000 долл. на 1 га для зерновых и в 5000–8000 долл. на 1 га для выращивания фруктов. Во-вторых, отсутствие сертифицированных земель (они составляют в РФ лишь 0,003% к площади всех земель сельскохозяйственного назначения). В-третьих, увеличение временных затрат и издержек на производство экологически чистой продукции (ЭЧП). Они в несколько раз превышают временные затраты на производство обычной продукции. Например, чтобы вырастить экологически чистую пшеницу, потребуется два года, цыплят – 6 месяцев. В-четвертых, предпродажная подготовка товара, его хранение и

отгрузка. Так как объемы экологически чистой продукции пока еще сравнительно небольшие, то необходимо гарантировать избежание риска смешивания ее с другой, неорганической продукцией.

Розничные сети, работая в условиях острой конкуренции, применяют различные механизмы привлечения покупателей (доступные цены, высокое качество обслуживания, уникальный ассортимент и др.). В этой ситуации повышения лояльности потребителей следует ожидать в том случае, если стратегия торговой сети будет соответствовать современным запросам покупателей, среди которых все большее значение приобретают экологические потребности (см. табл. 1).

Таблица 1

Прогнозируемые изменения в стратегии розничных сетей под воздействием экологических запросов потребителей

Общественные тенденции	Изменения в сознании и запросах покупателей	Изменения в стратегии розничных сетей
Рост благосостояния населения	Повышенное внимание вопросам здоровья и социального благополучия	Расширение ассортимента товарных групп
Загрязнение экологии, ухудшение состояния здоровья, популяризация здорового образа жизни	Повышенное внимание к экологически чистым продуктам	Продажа экологически чистых продуктов. Продажа продуктов без химических добавок и красителей. Замена искусственных упаковочных материалов на натуральные
Снижение продолжительности жизни	Популяризация здорового образа жизни	Снижение холестерина. Снижение содержания жиров/соли/сахара. Повышенное содержание кальция/витаминов. Продажа диетического питания, функциональных продуктов, витаминных пищевых добавок

Сегодня в России есть масса мелких сельскохозяйственных предприятий, выпускающих продукты нужного качества. Часто эти фирмы не имеют средств для продвижения своего продукта, но они делают, например, по «правильным» советским ГОСТам колбасу, содержащую 100% мяса. Стимулом к развитию этих предприятий могли бы быть биомаркеты. Они станут точками розничной продажи экологических продуктов. Общая площадь подобных магазинов должна составлять более 1500 кв. м. Большие площади обусловлены необходимостью наличия открытых мест, где будут проходить постоян-

ные презентации и дегустации экопродуктов. Основная цель – объяснить потребителям, что такое биопродукты. Для этого в торговом зале должны работать профессиональные продавцы – консультанты в области диетологии и экологии.

Создав условия для развития органического сельского хозяйства, Россия уже к 2020 г. способна стать мировым лидером в производстве экологически чистой сельскохозяйственной продукции с оборотом в данной сфере свыше 300–400 млрд руб. на внутреннем рынке и объемом экспорта свыше 300 млрд руб., и, таким образом, занять 10–15% мирового рынка.

По экспертным оценкам, количество сертифицированных производителей органической сельскохозяйственной продукции в России к 2020 г. превысит 15 тыс. Развитие органического сельского хозяйства в России позволит

создать на селе 75–100 тыс. рабочих мест с высоким уровнем дохода.

В рамках составленного прогноза была построена российская модель рынка органических продуктов сельского хозяйства (см. рис. 1).



Рис. 1. Российская модель рынка органических агропродуктов

Продукция органического сельского хозяйства принципиально отличается более высоким уровнем качества от произведенной традиционным путем. Она отвечает особым критериям качества, что позволяет удовлетворять потребности в здоровой и экологически чистой продукции [3].

Производством экологически чистых продуктов питания в России, как и в развитых зарубежных странах, занимаются предпринимательские структуры. Это связано с тем, что заинтересованность предпринимателей в производстве экологически чистых продуктов питания заключается в получении дополнительной прибыли [4; 5].

Агропромышленный комплекс (АПК) Алтайского края и Республики Алтай явля-

ется одним из важнейших звеньев экономики этих трансграничных регионов, входящих в Большой Алтай. Они занимают лидирующее положение по выпуску продукции сельского хозяйства среди других регионов Сибирского федерального округа (21,3% в 2013 г.). Производство основных видов продукции сельского хозяйства (зерно, мясо, молоко) составляет 30–40% от всего объема производства в Сибирском федеральном округе. Промышленное разведение маралов с целью получения пантовой продукции на основе глубокой переработки является перспективным направлением стратегического развития сельского хозяйства на Алтае [6; 7]. Республика Алтай и Алтайский край считаются одними из перспективных зон Сибири для разведения маралов. Генетический

потенциал пород маралов здесь достаточно высок, но отбор и подбор реализуются не в полной мере, в том числе из-за недостаточного, а иногда и скудного кормления.

Для стратегического развития мараловодства в качестве обязательного этапа возникла необходимость разработать возможные сценарии изменения макросреды, характеризующие-

ся определенным набором показателей [8; 9]. Производство экологически чистой продукции мараловодства Алтайского края и Республики Алтай на основе методического подхода должно состоять из нескольких этапов (см. рис. 2), в результате прохождения которых входящие потоки сырья и ресурсы трансформируются в ценность для конечного потребителя [10; 11].

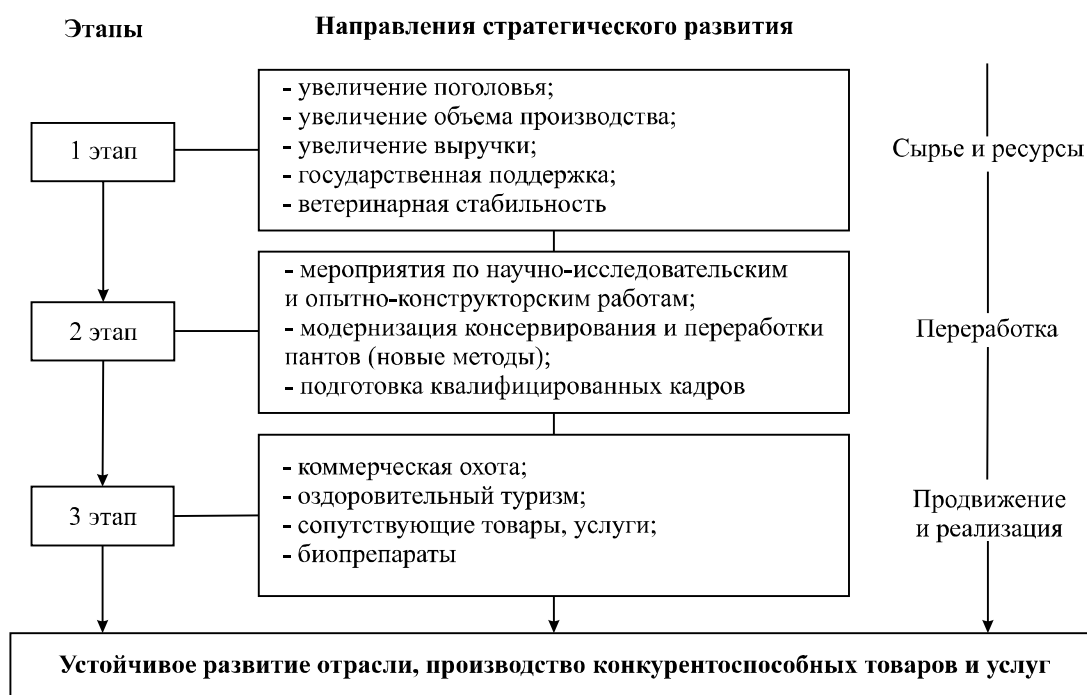


Рис. 2. Модель стратегического развития мараловодства регионального АПК Республики Алтай и Алтайского края

Первый этап – увеличение поголовья маралов, объема производства, выручки, ветеринарная стабильность в региональной мараловодческой отрасли, привлечение государственной поддержки. Самой важной задачей экономических расчетов для первого этапа является определение максимально возможного объема выпуска на существующем оборудовании, являющегося базой для дальнейших расчетов (см. табл. 2, 3).

По окончании первого этапа планируется увеличить: поголовье маралов – до 70 тыс. голов, объем производства (сырых) пантов – до 150,0 т, консервированных – до 60 т, продуктивность одного марала – до 7 кг сырых пантов, выручку от реализации пантов – с 240 до 400 млн руб. Конкурентоспособность в мараловодческой отрасли может быть до-

стигнута с помощью современных технологий переработки сырья, внедряемых на втором этапе.

Второй этап – реализация мероприятий по финансированию научно-исследовательских работ, модернизация технологии консервирования и переработки пантов, привлечение квалифицированных кадров. Возрастание себестоимости сухих пантов обусловлено более высокими материальными затратами, в особенности расходами на потребление электроэнергии, которая необходима для процесса сушки влажных пантов и дальнейшего их измельчения на механических мельницах. Поэтому нужно осваивать и внедрять в мараловодстве инновационные высокотехнологичные безотходные способы переработки пантового сырья [12].

**Основные индикаторы стратегического развития мараловодства
в Алтайском крае и Республике Алтай**

Показатель	Год										Всего
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Выручка от реализации мараловодческой продукции, млн руб.	492	584	703	823	943	1064	1185	1307	1430	1178	9709
Создание дополнительных рабочих мест в отрасли пантового оленеводства, мест	70	75	80	80	75	75	75	70	65	65	730
Инвестиции в развитие отрасли, млн руб.	30,55	25,57	23,69	21,4	19,3	17,1	14,89	13,6	12	11	188
Объем налоговых отчислений в бюджетную систему, млн руб.	91	99,6	109,9	122,4	137,7	156,8	166,04	179,74	192,84	98,6	1354,62
Производство мараловодческой продукции											
Поголовье маралов, всего, тыс. голов	74	75	76,2	77,9	79	80	81,2	82,3	87,4	92,5	92,5
Поголовье племенных маралов и оленей, всего, тыс. голов	21,39	21,49	21,0	21,88	22,0	22,0	22,19	22,29	22,39	22,49	22,49
Валовое производство пантов (сырых), т	119	122	125	129	134	137	141	146	151	153	1357
Производство консервированных пантов, т	60,8	63,2	65,6	68	70,4	72,8	75,2	77,6	80	82,4	716

В таблице 3 представлены расчеты эффективности применения новых технологий

заготовки, консервирования, переработки мараловодческой продукции.

Таблица 3

Экономико-производственные показатели производства пантов маралов (стадо 100 голов)

Показатель	Традиционный способ	Усовершенствованный способ
1	2	3
Экономическая результативность от уменьшения гибели животных во время срезки пантов и предотвращения лома		
Поломы за срезку, голов	5	–
Балансовая стоимость 1 марала-рогача, руб.	21580	21580
Недополученная прибыль вследствие гибели марала-рогача (мясо, консервированные панты), руб./ед.	40000	–
Ущерб от лома пантов, руб./кг	3180	–
Стоимость снижения стресса и остановки кровотечения, руб./ед.	–	145
Предотвращенный ущерб от гибели марала и лома пантов (экономический), руб./ед.	–	64518
Экономическая эффективность на 1 руб. затрат, руб.	–	451

Окончание таблицы 3

1	2	3
Экономическая эффективность внедрения технологии глубокой переработки продукции		
Цена 1 кг консервированных пантов, руб./кг	5117	6047
Себестоимость 1 кг консервированных пантов, руб./кг	3930,5	3628,2
Прибыль, руб./кг	1185,0	2416,8

Третий этап основывается на реализации мероприятий по маркетингу, кооперации с комплексными отраслями, а также применении сопутствующих товаров, услуг. Очевидно, что кооперация мараловодческих предприятий с туристическим кластером на материальной основе на оздоровительных турбазах способна действительно решить вопрос о развитии охотничьего туризма в Республике Алтай и Алтайском крае.

Оздоровительный туризм по своему рыночному потенциалу не уступает активному и может удвоить размеры внутрикраевого и внутривнутриреспубликанского туризма.

В настоящее время региональная мараловодческая отрасль имеет достаточное количе-

ство технологий для оздоровления (пантовые ванны, микроклизмы с пантогематогеном, ванны с пантогематогеном для ног и т.п.), чтобы положить начало формированию имиджа Республики Алтай и Алтайского края как оздоровительной территории, основой которой должны стать в том числе и соответствующие возможности мараловодства.

Проведенные оценка и прогноз экономической эффективности мараловодческой продукции в Алтайском крае и Республике Алтай подтверждают, что мероприятия по развитию мараловодства регионального АПК способствуют увеличению поголовья маралов, выручки от продажи мараловодческой продукции (см. табл. 4).

Таблица 4

Основные индикаторы стратегического развития мараловодства в Алтайском крае и Республике Алтай

Показатель	Год										Всего
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Поголовье маралов, всего, тыс. голов	74	75	76,2	77,9	79	80	81,2	82,3	87,4	92,5	92,5
Валовое производство сырых пантов, т	119	122	125	129	134	137	141	146	151	153	1357
Производство консервированных пантов, т	60,8	63,2	65,6	68	70,4	72,8	75,2	77,6	80	82,4	716
Выручка от реализации продукции мараловодства, млн руб.	492	584	703	823	943	1064	1185	1307	1430	1178	9709
Инвестиции в развитие отрасли, млн руб.	30,55	25,57	23,69	21,4	19,3	17,1	14,89	13,6	12	11	188
Объем налоговых отчислений в бюджетную систему, млн руб.	91	99,6	109,9	122,4	137,7	156,8	166,04	179,74	192,84	198,6	1354,62
Субсидии на электронное мечение маралов, млн руб.	4,5	5,8	5,1	5	4,4	4	3,7	2,5	2,3	1,8	39,1
Субсидии на приобретение кормов, млн руб.	104,1	100,1	101,6	102	103,6	105,4	108,1	110	111	111	1056,9

Окончание таблицы 4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Субсидии на приобретение лекарственных средств, млн руб.	12,9	12,6	12,7	12,8	11,7	12,7	13,3	14,6	15,7	16,8	135,8
Субсидии на приобретение племенных маралов, млн руб.	55	46	39	39	37	25	25	20	15	15	316
Научно-исследовательские работы в региональной отрасли мараловодства, млн руб.	16,5	14	10,5	10,5	9	9	8,5	5,8	5,5	3	92,3
Создание дополнительных рабочих мест в мараловодстве регионального АПК	70	75	80	80	75	75	75	70	65	65	730

За 10 лет реализации мероприятий по стратегическому развитию мараловодства на покрытие доли затрат по закупке кормов, племенных животных, по привлечению инвестиционных кредитов в крае, республике необходимо направить около 2 млрд руб., привлеченных из федерального (357,2 млн руб.), регионального (194,4 млн руб.), краевого бюджетов (150,8 млн руб.) и внебюджетных источников (1126,28 млн руб.) [13].

Таким образом, стратегическое развитие позволит мараловодству Республики Алтай и Алтайского края приносить к 2024 г. до 60 млн руб. прибыли ежегодно, при этом только выручка непосредственно от реализации мараловодческой продукции составит 9709 млн руб., а поголовье маралов увеличится на 25%. Наши предложения по формированию и реализации стратегии развития отрасли повысят эффективность мараловодства Алтайского края и Республики Алтай.

Библиографический список

1. Кундиус, В.А. Организационно-экономическое обоснование предпосылок развития органического (экологического) земледелия в Алтайском крае / В.А. Кундиус, О.Ю. Воронкова // Вестник алтайской науки. – 2014. – №2. – С. 124–128.
2. Воронкова, О.Ю. Стратегия развития органически ориентированного регионального агропромышленного производства : монография / О.Ю. Воронкова. – Барнаул : Азбука, 2014. – 146 с.
3. Hensche, H. Marktorientierte Kooperation im Agrarberich / H. Hensche, H. Vogt. – Soest : Univ. Paderborn, 1995. – 138 s.
4. Медведник, Р. Европейский рынок экологически чистых продуктов и способы их продвижения / Р. Медведник // Продвижение продовольствия. – 2010. – №12. – С. 12.
5. Михненко, Т.Н. Социально-экономическая эффективность потребления и производства экологически чистых продуктов и роль предпринимательства в их производстве : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Т.Н. Михненко. – Ростов н/Д., 2003. – 23 с.
6. Бочаров, С.Н. Пантовое оленеводство и его значение для Республики Алтай / С.Н. Бочаров, А.П. Попов, В.И. Сакпачаков // Вестник Алтайского государственного технического университета. – 2005. – №1-2. – С. 107–111.
7. Фролов, Н.А. Повышение эффективности развития пантового оленеводства (на материалах хозяйств пантового оленеводства Республики Алтай) : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Н.А. Фролов. – Барнаул, 2006. – 19 с.
8. Chandler, A.D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / A.D. Chandler. – Cambridge : The MIT Press, 1969. – 464 p.
9. Bourgeois, L.J. Strategic management from concept to implementation / L.J. Bourgeois. – Charlottesville : University of Virginia, Darden Graduate School of business, 1998.
10. Тарасова, А.Ю. Стратегическое планирование регионального отраслевого развития / А.Ю. Тарасова // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2014. – Вып. 6 (38). – С. 52–57.

11. Тарасова, А.Ю. Стратегическое развитие региональной отрасли в агропромышленном комплексе / А.Ю. Тарасова // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №11. – Ч. 3. – С. 349–353.
12. Луницын, В.Г. Продукция пантового оленеводства (способы консервирования, переработка, использование) : монография / В.Г. Луницын, Н.А. Фролов ; СО РАСХН, ВНИИПО. – Барнаул : [Б. и.], 2006. – 270 с.
13. Полтарыхин, А.Л. Стратегические направления развития региональной отрасли мараловодства / А.Л. Полтарыхин, А.Ю. Тарасова // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2014. – №6. – С. 74–77.

Refereces

1. Kundius, V.A. Organizatsionno-ekonomicheskoe obosnovanie predposylok razvitiya organicheskogo (ekologicheskogo) zemledeliya v Altayskom krae / V.A. Kundius, O.Yu. Voronkova // Vestnik altayskoy nauki. – 2014. – №2. – S. 124–128.
2. Voronkova, O.Yu. Strategiya razvitiya organicheskoi orientirovannogo regionalnogo agropromyshlennogo proizvodstva : monografiya / O.Yu. Voronkova. – Barnaul : Azbuka, 2014. – 146 s.
3. Hensche, H. Marktorientierte Kooperation im Agrarberich / H. Hensche, H. Vogt. – Soest : Univ. Paderborn, 1995. – 138 s.
4. Medvednik, R. Evropeyskiy ryinok ekologicheskii chistyykh produktov i sposoby ih prodvijeniya / R. Medvednik // Prodvijenie prodovolstviya. – 2010. – №12. – S. 12.
5. Mihnenko, T.N. Sotsialno-ekonomicheskaya effektivnost potrebleniya i proizvodstva ekologicheskii chistyykh produktov i rol predprinimatelstva v ih proizvodstve : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk / T.N. Mihnenko. – Rostov n/D., 2003. – 23 s.
6. Bocharov, S.N. Pantovoe olenevodstvo i ego znachenie dlya Respubliki Altay / S.N. Bocharov, A.P. Popov, V.I. Sakpachakov // Vestnik Altayskogo gosudarstvennogo tehnikeskogo universiteta. – 2005. – №1-2. – С. 107–111.
7. Frolov, N.A. Povyishenie effektivnosti razvitiya pantovogo olenevodstva (na materialah hozyaystv pantovogo olenevodstva Respubliki Altay) : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk / N.A. Frolov. – Barnaul, 2006. – 19 s.
8. Chandler, A.D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / A.D. Chandler. – Cambridge : The MIT Press, 1969. – 464 p.
9. Bourgeois, L.J. Strategic management from concept to implementation / L.J. Bourgeois. – Charlottesville : University of Virginia, Darden Graduate School of business, 1998.
10. Tarasova, A.Yu. Strategicheskoe planirovanie regionalnogo otraslevogo razvitiya / A.Yu. Tarasova // Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava. – 2014. – Vyip. 6 (38). – S. 52–57.
11. Tarasova, A.Yu. Strategicheskoe razvitie regionalnoy otrasli v agropromyshlennom komplekse / A.Yu. Tarasova // Ekonomika i predprinimatelstvo. – 2014. – №11. – Ch. 3. – S. 349–353.
12. Lunitsyin, V.G. Produktsiya pantovogo olenevodstva (sposobyi konservirovaniya, pererabotka, ispolzovanie) : monografiya / V.G. Lunitsyin, H.A. Frolov ; SO RASHN, VNIPO. – Barnaul : [B. i.], 2006. – 270 s.
13. Poltaryihin, A.L. Strategicheskie napravleniya razvitiya regionalnoy otrasli maralovodstva / A.L. Poltaryihin, A.Yu. Tarasova // Mejdunarodnyy selskohozyaystvennyy jurnal. – 2014. – №6. – S. 74–77.