**Введение**

Наше благосостояние во многом зависит от условий жизни вокруг нас. Процветание страны складывается из множества мелочей, которые на первый взгляд и не бросаются в глаза. Но они есть, и о них, ни в коем случае, не стоит забывать и откладывать на второй план.

Обустройство небольшого городка – это большой плюс для всей страны.

Данная программа направлена на отлов и надзор за бездомными животными в городе Сумы.

Основным направлением Программы надзора за животными является **безвозвратный отлов и помещение животных в приюты** (приюты также действуют как центры сбора «лишних» животных у владельцев и как центры передачи животных новым владельцам).

**1**. **Разработка некоммерческого проекта по надзору за животными**

Основной принцип в отношении бездомных животных: «Любое безнадзорное животное на улице или в общественных местах или в пределах частных владений лица, не являющегося собственником животного, подлежит немедленному отлову специалистом по контролю».

Контролируют и осуществляют по мере необходимости помощь работникам муниципальных служб, общественным организациям и приютам в работе по отлову животных работники социальных служб. В их обязанности входит проведение расследований по случаям жестокого обращения с животными, сообщений о случаях бешенства, и покусов людей животными.

Нереалистично рассчитывать на то, что семьи возьмут к себе «избыточных» собак и кошек, а также на то, что владельцы домашних животных обязательно отведут их к ветеринару для стерилизации. Поэтому в каждом городе нужно внедрить специальную **Программу надзора за животными**, которая включает в себя ряд компонентов:

* Отлов бездомных животных и организация приютов.
* Стерилизация и получение лицензии на владение животным.
* Просвещение населения.
* Современные методы быстрого поиска потерянного животного.
* Правила выгула собак и идентификационные жетоны.
* Ограничение численности животных у одного владельца.
* Заниженные цены на продажу бездомных животных из приюта.
* Введение административной ответственности за нарушения.
* действующего законодательства.
* Ведение статистики.

### Отлов бездомных животных и организация работы приютов

Основным направлением Программы надзора за животными является **безвозвратный отлов и помещение животных в приюты** (приюты также действуют как центры сбора «лишних» животных у владельцев и как центры передачи животных новым владельцам). После обязательного срока передержки, в течение которого собаки и кошки возвращаются владельцам, животные могут быть переданы новым владельцам или общественным приютам для дальнейшего содержания. Невостребованные животные усыпляются. Усыпление (эвтаназия) рассматривается как неизбежная мера, так как приюты, выполняющие муниципальные программы – так называемые «приюты неограниченного приема» – должны обеспечивать достаточную пропускную способность и быть всегда готовыми к поступлению новых животных. Крупнейшие зоозащитные организации (Всемирное общество защиты животных в США) считают, что усыпить животное более гуманно, чем бросить его на произвол судьбы на улице и обречь на раннюю и жестокую смерть.

Впрочем, наряду с приютами «неограниченного приема», существуют приюты, принадлежащие организациям, которые не считают гуманным усыплять здоровых животных. Эти «приюты ограниченного приема прекращают прием животных, если нет свободных мест. Приюты без умерщвления, т.н., как правило, имеют длинные «списки ожидания» владельцев животных, желающих сдать своих любимцев, и многие из этих владельцев вынуждены находить альтернативные пути выхода из положения. Они выполняют важную, но второстепенную роль в мероприятиях по контролю численности животных.

Существует также типологизация приютов по форме собственности: государственные, частные и частные организации с государственным контрактом.

Как правило, **государственные (муниципальные) приюты** (службы контроля численности животных) относятся к организациям, чаще всего использующим эвтаназию (организациям «неограниченного приема»). Это является неизбежной мерой, т. к. такие приюты реализуют муниципальные программы (т.е. имеют ограниченные финансовые средства) и вынуждены всегда иметь резерв для новых неожиданных поступлений. Однако, и среди частных приютов встречаются пункты «неограниченного приема».

**Частные приюты** – организации по гуманному обращению с животными, их защите. Большинство городских и сельских районов обслуживается одной или несколькими местными организациями. Их обычные названия: Общество по гуманному обращению с животными или Гуманное общество, Лига спасения животных, Общество по предотвращению жестокости в отношении животных. Используются также иные наименования, которые говорят о зоозащитном характере деятельности организации. Как правило, это некоммерческие, не облагаемые налогами, благотворительные организации, существующие на средства, завещанные им или на пожертвования.

**Частная организация с государственным контрактом** – приюты третьего типа принадлежат частным некоммерческим организациям, имеющим контракт с муниципалитетом города или округа на проведение работ по контролю численности животных и введению в жизнь правил, касающихся населения. Иногда приют служит лишь для содержания отловленных или сданных животных, в то время как сотрудники службы отлова животных и контроля правил содержания работают под руководством и наблюдением департамента полиции. В других случаях частная организация может нанимать, обучать и надзирать за работой сотрудников службы отлова животных, а не только предоставлять помещение для задержанных животных. Частные организации получают деньги с местной власти на содержание службы контроля численности животных, хотя они могут также собирать частные пожертвования для финансирования иных программ, таких как обучение гуманному обращению с животными и спасение животных. Как правило, организации, обеспечивающие муниципальные программы, обязаны содержать приют, допускающий эвтаназию невостребованных животных, то есть приют неограниченного приема.

### Стерилизация и получение лицензии на право содержать домашнее животное

В условиях бюджетных трудностей, с которыми постоянно сталкиваются местные органы власти, нелегко найти деньги на финансирование надзора за животными. Однако надзор за животными должен получать государственную поддержку. Затраты на эффективную местную программу надзора за животными обычно составляют в США по крайней мере **3 долл. на человека в год**. Они могут полностью или частично покрываться **платой за лицензирование домашних животных** и за содержание животных в приютах. Эффективная программа надзора за животными не только обеспечивает городам текущую экономию на затратах (например, защита граждан от представляющих опасность собак позволяет экономить на расходах на лечение), но и способствует уменьшению будущих расходов по надзору за животными. Так, если в городе в 2006 году будет умерщвлено 4 тыс. животных (затраты на то, чтобы умертвить одно животное, составляют от 50 до 90 долл.), но одновременно не проводятся мероприятия по стерилизации животных, то через пять лет придется умертвить по крайней мере столько же животных. Если же в городе кроме умерщвления 4 тыс. животных будет проводиться дифференцированное лицензирование, финансируется программа стерилизации животных и организуется программа обучения в школах, то через пять лет придется умертвить гораздо меньшее число животных, и будет также обеспечена экономия ряда других затрат.

Одним из основных методов борьбы с бездомными животными является их стерилизация. Программы по стерилизации бездомных собак и кошек с целью сокращения их численности, обычно сталкивается с большими трудностями, так как в случае если стерилизуется менее 70% самок бездомных и владельческих собак и кошек эти программы приводят вместо уменьшения к увеличению численности популяции. Уменьшение количества новорожденных животных имеет тенденцию приводить к увеличению выживаемости популяции. Не охваченные стерилизацией беременные и кормящие самки встречают меньше конкуренции, поэтому и увеличиваются шансы на получение добычи. Получающие лучшее качество и количество корма щенки и котята менее подвержены болезням и так как они дольше остаются с матерью, они менее подвержены внешним угрозам. Пока 70% популяции собак и кошек не стерилизованы, стерилизация некоторых, но не всех, может в действительности приводить к репродуктивному взрыву.

При достижении доли стерилизованных владельческих животных 70 – 80% от общего количества, число отловленных животных начинает значительно сокращаться. Это позволило некоторым городам уменьшить число усыплений до минимума – предложение практически сравнялось со спросом.

Положительная динамика, связанная с массовой стерилизацией домашних животных, прослеживается и в масштабах целых стран. Так в США количество усыплений в приютах снизилось в 4 раза за последние 30 лет.

Перед новыми владельцами обычно ставится требование произвести стерилизацию / кастрацию взятого из приюта животного. Частные организации применяют различные последующие процедуры в целях гарантирования выполнения требования стерилизации, либо они располагают собственной клиникой, где производится стерилизация животных. Кроме того, частные организации могут осуществлять иные программы, как-то: службы спасения животных, выработка навыков послушания у собак, консультирование по проблемам поведения и расследования фактов жестокого обращения с животными.

В целях упорядочивания сведений по количеству имеющихся в собственности собак и ограничения их покупки, экономическим способом контроля численности собак является ежегодный сбор за лицензию за содержание собаки.

В некоторых штатах США специальные служащие предоставляют услугу оформления лицензии на дому. Служащие по оформлению лицензий имеют официальные документы с фотографией и носят ярко синие форменные рубашки или ветровки с логотипом службы лицензирования. Летом и осенью часы работы служащих обычно 17:00 – 21:00 в будние дни, 9:00 – 18:00 в субботу и 11:00 – 18:00 в воскресенье. Служащие могут принимать платежи и выдавать регистрационные жетоны непосредственно на дому.

Сумма лицензии не зависит от пола собаки, однако дифференцируется в зависимости от того, стерилизовано ли животное. **Таким образом, можно отметить, что разница в сумме сбора косвенно побуждает владельцев проводить стерилизацию своей собаки.**

### Просвещение населения

Критический фактор в поддержании баланса в собачьей популяции – закон спроса и предложения. Когда спрос увеличивается, цены растут, и становится доступным дополнительное количество щенков, которое является результатом разведения, как планового, так и непланового. Эта возросшая рождаемость приводит к переизбытку, когда спрос падает. Основной путь для контроля периодической избыточной продукции – более строгое регулирование спроса. Способ регулирования спроса – просвещение потенциальных владельцев относительно ложащейся на них ответственности при обзаведении питомцами. Частные организации по гуманному обращению с животными нередко проводят образовательные программы по уходу за животными и их защите. Потенциальные новые хозяева животных, взятых из приюта, получают консультации и проходят обучение по вопросам ухода за собаками. Таким образом, несколько повышается уровень ответственности владельцев до того как им будет позволено взять животное из приюта.

Основные способы просвещения населения: через СМИ, распространение листовок, публикацию информации на интернет-сайтах городов, служб по разведению породистых собак, департаментов полиции и муниципальных органов власти. Проводимые Программы обучения охватывают людей всех возрастов, уровней благосостояния и интересов. Так, например, на муниципальном сайте в США говорится буквально следующее: «Любая собака, бродящая без присмотра в общественных местах, классифицируется как безнадзорная и с ней поступят в соответствии с «Актом о защите окружающей среды, 1990».

Для владельцев собак приводятся следующие рекомендации:

* Привести собаку для прохождения обучения в специальную школу.
* Держать собаку на поводке во время прогулки в общественных местах.
* Отслеживать, чтобы во время прогулки на собаке был ошейник и идентификационный жетон.
* Перед покупкой определить, есть ли средства на содержание собаки.

Специалисты в области контроля за животными в Сумах единодушны во мнении, что ни одну программу нельзя считать законченной без хорошо спланированных мероприятий по обучению населения. Успех любой деятельности в сфере надзора за животными (от лицензирования до программ стерилизации) зависит от сотрудничества с информированным населением.

Программа обучения взрослых обычно нацелена на достижение нескольких целей:

* ознакомление владельцев домашних животных с обязанностями по удовлетворению потребностей своих питомцев и осуществлению контроля за ними;
* пропаганда гуманного отношения ко всем животным, как диким, так и домашним;
* предоставление владельцам животных информации о службе надзора за животными и ее роли в решении местных проблем, связанных с животными;
* просветительская работа среди взрослых и детей гуманному и ответственному обращению с домашними животными.

### Современные методы быстрого поиска потерянного животного

Как правило, быстро найти потерявшееся животное – достаточно трудное дело, т. к. у животных нет четких отличительных черт. Для ускорения решения данной проблемы, организуются телефонные линии по поиску потерявшихся животных, а также существуют специальные локальные сетевые программы между различными приютами в городе, в которые вводятся данные о найденной и / или потерянной собаке.

Внедрить специальную услугу: «Уведомление о потерянном животном во время отпуска хозяев»: «Когда Вы покидаете дом во время отпуска, сообщите по телефону, где и у кого Вы оставляете Ваше животное, и как можно будет связаться с Вами.

### Правила выгула собак и идентификационные жетоны

Чтобы избежать увеличения численности бездомных собак, вводятся обязательные для выполнения Правила выгуливания собак, выполнение которых значительно сокращает количество сбежавших животных. Так, Правила по выгулу собак в городе требуют, чтобы «все собаки и кошки находились на поводке, если находятся за пределами земельной собственности их владельца»

Для ускорения поиска пропавших животных существует еще одна превентивная мера: обязанность хозяев приобретать специальные идентификационные жетоны и вещать их на ошейник своей собаке

### Ограничение численности животных у одного владельца

Кроме того, в соответствии с правилами о городском зонировании в одном домовладении разрешается содержать не более 3 -4-х собак (в целом в одном домовладении – не более шести животных). В случае, если владелец хочет содержать большее количество собак, он тогда уже должен регистрировать питомник и, соответственно, получать специальную лицензию на право содержания питомника.

### Заниженные цены на продажу бездомных животных из приюта

Уменьшить число собак, подвергающихся эвтаназии можно, значительно снизив цену собаки, которую можно купить из приюта (нестерилизованная собака – 75 грн, стерилизованная – 25).

### Введение административной ответственности за нарушения действующего законодательства

Наравне с превентивными мерами применяются штрафные санкции. В случае неуплаты штрафа, владельца вызывают в суд, и, согласно закону, максимальный штраф может достигать 5 тыс. грн.

### Ведение статистики

Все задействованные организации обязаны предоставлять полную информацию о количестве отловленных, возвращенных и усыпленных животных в муниципальные органы власти. На основании полученных статистических данных формируется направление будущих работ, определяется величина необходимых объемов государственного финансирования, а также полученная информация используется в качестве воспитательных мер при опубликовании сводных данных в СМИ.

Таким образом, для снижения численности бездомных животных и, следовательно, уменьшения количества усыплений в приютах важнейшей профилактической мерой является стимулирование предотвращения размножения домашних животных. Это достигается введением сниженных сумм сборов (налогов) с владельцев стерилизованных животных, массовыми просветительскими кампаниями зоозащитников и бесплатной стерилизацией животных малоимущих владельцев. Нестерилизованные животные остаются только у лицензированных заводчиков, выплачивающих за право заниматься данной деятельностью существенные налоги. Наряду с этим также вводятся меры по противодействию бесконтрольному выгулу собак.

**2. Коммуникативная эффективность реализации программы**

Нами проведена оценка коммуникативной эффективности рекламы «Программы надзора за животными» в печатных СМИ. С этой целью использованы методы определения коммуникативной эффективности маркетинговых коммуникаций, основанные на исследовании совокупности просмотров и суммарных рейтингов. Просмотр – это показатель, отображающий возможное количество контактов одного потребителя с рекламным объявлением в определенной газете, телепрограмме, радиопрограмме или другом средстве.

Совокупность просмотров определяется по формуле:

|  |
| --- |
|  |

где SP – совокупность просмотров, N – численность аудитории для каждого использованного источника рекламного сообщения (тираж газеты), K – количество выходов рекламного объявления за определенный период, n – количество использований источника рекламного сообщения.

Для уменьшения показателей совокупного просмотра используют суммарные рейтинги, превращающие исходное значение в процентное отношение:

|  |
| --- |
|  |

где GBP – суммарный рейтинг, Nобщ. – общая численность аудитории, на которую влияет источник информации или распространяется трансляция рекламного сообщения, чел.

Если суммарный рейтинг меньше 20%, то источник для представления коммуникативных сообщений выбран неправильно.

Реклама «Программы надзора за животными» в СМИ – газетах «Ваш Шанс», «Данкор», «Панорама», «В двух словах» – осуществлялась в течение двух месяцев. Согласно медиаплану рекламное сообщение выходило в еженедельных номерах газет с TВ-программой. Общая численность аудитории (Nобщ.), на которую распространялись печатные СМИ, представлена в таблице 2.1.

#### Таблица 2.1 – Совокупность просмотров и суммарных рейтингов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название газеты** | **Тираж газеты, экз.** | **Количество выходов рекламного сообщения** | **Общая численность аудитории, на которую распространялись СМИ, Nобщ.** | **Совокупность просмотров, SP** | **Суммарные рейтинги, GBP%** |
| «Ваш Шанс» | 97 000 | 8 | 1 245 710 | 776 000 | 62,2 |
| «Панорама» | 92 000 | 8 | 1 136 152 | 736 000 | 64,7 |
| «Данкор» | 89 290 | 8 | 1 134 798 | 714320 | 59,1 |
| «В двух словах» | 20 000 | 8 | 593 209 | 160 000 | 25,1 |

Как свидетельствуют полученные расчеты, наибольшая коммуникативная эффективность восприятия рекламного сообщения наблюдается для газеты «Панорама» (64,7%), хотя в то же время суммарные рейтинги для всех печатных средств выше нормы (20%).

Вместе с рекламой в печатных СМИ использовать также рекламу на телевидении (телеканал «Видикон») и радио (радиостанция «Мелодия»). Согласно медиаплану рекламное объявление транслировалось 176 и 180 раз соответственно. Телеканал «Видикон» вещает на всей территории Сумской области, поэтому потенциальной аудиторией для рекламного обращения может быть совершеннолетнее население, составляющее почти 620 тыс. человек (данные Госкомстата Украины). Всеукраинская радиосеть «Мелодия» транслируется на территории 40 населенных пунктов Украины, следовательно, потенциальной аудиторией является количество жителей данных населенных пунктов и составляет почти 24 млн человек (данные официального web-сайта всеукраинской радиосети «Мелодия»). Расчеты совокупности просмотров и суммарных рейтингов для рекламного обращения в теле- и радиопрограммах свидетельствуют о целесообразности вложения средств в «Программу надзора за животными». Успех рекламной кампании зависит также от возможности фармацевтического оптового предприятия охватить максимальное количество потенциальных клиентов.

**3. Экономическая эффективность программы**

Оценка экономической эффективности некоммерческого проекта является сложным заданием, потому что цели продвижения подчиняются маркетинговым целям. Оценкой экономической эффективности можно считать улучшение социальных показателей в обществе, в частности жителей Сумской области,

Поскольку мероприятия некоммерческого маркетинга имеют разнонаправленное влияние, то и оценивать их нужно за экономическими показателями.

Социальная роль рекламы – интеграция населения страны, становления его единства. Реклама как фактор, который унифицирует потребности и вкусы потребителей, определяет потребительские приоритеты и превращает товары в символы. Реклама как спрессованный образ современности аккумулирует чувства и опыт всего общества.

С целью оценки эффективности маркетинговых коммуникаций целесообразно применять комплексный подход, т.е. одновременно использовать методы как коммуникативной, так и экономической оценки их эффективности.

Рассчитаем степень действия публикации рекламных объявлений по следующей формуле:

где, Д – степень действия публикации рекламных объявлений;

К – число посетителей, на которых было совершено влияние данного источника;

З – общее число респондентов, которые были в зоне действия рекламного носителя.

Рассчитаем степень действия рекламных объявлений на телеканале «Видикон»:

Таким образом, можно сделать вывод, что степень действия рекламных объявлений на телеканале «Видикон» составил 44%, что есть эффективно.

**Выводы**

Основным направлением Программы надзора за животными является **безвозвратный отлов и помещение животных в приюты** (приюты также действуют как центры сбора «лишних» животных у владельцев и как центры передачи животных новым владельцам). После обязательного срока передержки, в течение которого собаки и кошки возвращаются владельцам, животные могут быть переданы новым владельцам или общественным приютам для дальнейшего содержания. Невостребованные животные усыпляются. Усыпление (эвтаназия) рассматривается как неизбежная мера, так как приюты, выполняющие муниципальные программы – так называемые «приюты неограниченного приема» – должны обеспечивать достаточную пропускную способность и быть всегда готовыми к поступлению новых животных.

Нами проведена оценка коммуникативной эффективности рекламы «Программы надзора за животными» в печатных СМИ. С этой целью использованы методы определения коммуникативной эффективности маркетинговых коммуникаций, основанные на исследовании совокупности просмотров и суммарных рейтингов.

**Список использованных источников**

1. Ильяшенко С.Н. Экономический риск: Научное пособие. 2-е изд., доп. передел. – К.: Центр научной литературы, 2004. – 220 с.
2. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник / За заг. ред д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетьська книга», 2007. – 928 с.
3. Мельник Л.Г., Каринцева О.И. Экономика предприятия: Конспект лекций: Научное пособие. – Сумы: ВТД «Университетская книга», 2003. – 412 с.
4. Телетов А.С. Методические указания к дипломному проектированию и самостоятельной работе по теме «Составление бизнес-плана» по курсу «Основы маркетинга» – Суми: Вид-во СумДУ, 1997. – 14