

**Т. В. Абалакина
А. А. Абалакин**

**Механизм обоснования стратегии
развития регионального
агропромышленного комплекса**

Монография

Татьяна Абалакина

**Механизм обоснования стратегии
развития регионального
агропромышленного комплекса**

«Дашков и К»

2014

УДК 65.32
ББК 338.436.33

Абалакина Т. В.

Механизм обоснования стратегии развития регионального агропромышленного комплекса / Т. В. Абалакина — «Дашков и К», 2014

В монографии раскрыта система объективных факторов формирования концепции аграрной политики с учетом изменений и дифференциации экономического потенциала регионов страны; выделены основные виды стратегий, их содержание и условия применения в АПК региона; разработаны теоретические и методологические основы функционирования организационно-экономического механизма государственного регулирования агропромышленного комплекса региона; определены количественные и качественные структурные изменения в АПК в период аграрной реформы; предложены основные направления развития личных подсобных хозяйств населения и малого бизнеса на селе как фактор повышения доходности и занятости сельского населения; разработан механизм обоснования стратегии развития регионального агропромышленного комплекса и его хозяйствующих субъектов. Для научных работников, руководителей, специалистов органов управления агропромышленного комплекса федерального и регионального уровней, а также для студентов, аспирантов и преподавателей, изучающих экономические и финансовые дисциплины.

УДК 65.32
ББК 338.436.33

© Абалакина Т. В., 2014

© Дашков и К, 2014

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ	7
1.1. Сущность и этапы разработки стратегии развития АПК региона	7
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Татьяна Абалакина, Александр Абалакин

Механизм обоснования стратегии развития регионального агропромышленного комплекса

ВВЕДЕНИЕ

В рыночных условиях хозяйствования региональный агропромышленный комплекс развивается под влиянием сложного взаимодействия внутренних и внешних факторов, определяющих надежное обеспечение населения продовольствием, а промышленности – сельскохозяйственным сырьем.

Разнообразие почвенно-климатических, социально-экономических условий, исторически сложившиеся размещение и специализация сельскохозяйственного производства по природно-экономическим зонам обуславливают значительную дифференциацию уровней развития АПК российских регионов и требуют учета их особенностей при выработке стратегии развития этого важного сектора экономики страны.

При этом стратегия развития регионального агропромышленного комплекса в первую очередь должна быть сориентирована на более полное удовлетворение платежеспособного спроса на продукцию аграрной сферы экономики за счет рационального использования производственного потенциала, во многом обеспечивающего устойчивость ведения агропромышленного производства и продовольственного снабжения региона сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием.

Проблеме обоснования стратегии развития и перспектив эффективного функционирования регионального агропромышленного комплекса посвящены многие работы отечественных и зарубежных ученых экономистов.

Вместе с тем при всем многообразии исследуемых в отечественной экономической науке вопросов агропромышленного производства, в ней мало уделено внимания методическим аспектам выработки и реализации стратегии развития регионального АПК, определению влияния внутренних и внешних факторов на его эффективное функционирование, механизму формирования и реализации аграрной политики, учитывающей специфику экономики региона. Многолетнее кризисное состояние и недостаточная проработка вопросов стратегии и развития регионального агропромышленного комплекса и его отдельных отраслей усиливают необходимость и значимость проведения данного исследования.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ АГРАРНОЙ ПОЛИТИКИ

1.1. Сущность и этапы разработки стратегии развития АПК региона

В современных, быстроменяющихся социально-политических и экономических условиях перед предприятиями агропромышленного комплекса региона стоит задача не только выживаемости, но и непрерывного развития за счет реализации своего потенциала.

Решение вопросов стратегического поведения хозяйствующих субъектов приобретают особое значение: конкурентоспособность и прибыльность производимой продукции во многом зависят от способности товаропроизводителей гибко реагировать на динамичное движение рынка, использовать его конъюнктуру и механизм цен, информационные технологии и коммуникации.

В связи с этим эффективная работа предприятий АПК в рыночных условиях хозяйствования невозможна без правильного выбора стратегических ориентиров, позволяющих эффективно реализовать имеющийся у них ресурсный потенциал.

Важность формирования стратегии развития как регионального АПК в целом, так и его отдельных составляющих, не вызывает сомнений у теоретиков и практиков, исследующих многочисленные аграрные проблемы.

Вопросу разработки стратегии посвящены такие переводные издания «патриархов» стратегии, как Р. Акоффа, И. Ансоффа, Б. Карлофа, Ф. Котлера, Ж. -Ж. Ламбена, М. Мескона, Г. Минцберга, М. Портер, Дж. Стрикленда, А.А.Томпсона.

Наиболее значимые отечественные исследования в этой области проводились Л.И. Абалкиным, В.А. Береславской, В.Р. Боевым, А.П. Градовым, В.С. Ефремовым, П.В. Забелиным, К.П. Личко, А.Н. Люкшиновым, Е.И. Семеновой, Р.А. Фатхутдиновым и др. Применительно же к аграрной сфере экономики и непосредственно к сельскохозяйственным предприятиям исследований проводилось сравнительно мало.

Кроме того, в отечественной экономической литературе понятие стратегии в основном рассматривается с точки зрения отдельного хозяйствующего субъекта и недостаточно исследований по ее определению с точки зрения региона.

Стратегия – понятие многогранное, и поэтому мнения различных авторов к процессу ее разработки и реализации неоднозначны. Понятие «стратегия» и ее понимание изменялось с усложнением условий ведения бизнеса.

Основной идеей стратегии является выработка умения приспосабливаться к изменениям внешней среды и при этом выдерживать курс на достижение высокой конкурентоспособности. Действительно внешняя среда выступила катализатором перемен в развитии теории стратегии. Поэтому в качестве важнейшей функции стратегии ряд ученых экономистов-аграрников выдвигают именно адаптацию к внешней среде. Причем в рамках стратегических перспектив важным условием управленческой деятельности является рациональное распределение ограниченных ресурсов между основными подразделениями предприятия. Стратегия определяет приоритеты в бизнесе, рынках сбыта продукции, а также в обслуживаемых предприятием группах потребителей.

Исследование обширного материала зарубежной и отечественной экономической литературы дало возможность определить стратегию как совокупность долгосрочных целей и управленческих решений по распределению ресурсов, направленных на достижение и удержа-

ние конкурентных преимуществ путем капитализации сильных и преодоление слабых сторон, разрабатываемых в условиях нестабильности внешней среды.

Стратегия региона с учетом отмеченных характеристик должна быть направлена на самодостаточное развитие всех хозяйствующих субъектов, эффективное использование имеющегося ресурсного потенциала, повышение качества жизни населения. При этом под самодостаточным следует понимать функционирование и развитие региона преимущественно за счет внутренних экономических источников, позволяющих обеспечить расширенное воспроизводство, совершенствование структуры региональной социально-экономической системы, повышение качества и уровня жизни населения. Самодостаточное развитие региона становится главным ориентиром и связующим звеном всей системы приоритетов стратегии регионального развития.

Сущность самодостаточности вытекает из объективной необходимости эквивалентного участия региона в территориальном разделении труда и комплексного экономического и социального его развития. Но самодостаточность оправдана лишь тогда, когда она обеспечивает выполнение вышеуказанных функций и разрешение объективных противоречий регионального воспроизводственного процесса и не допускает изоляции региона и создания ему благополучия за счет общенациональных интересов и других регионов или в ущерб долговременным интересам. Поэтому разработка стратегии самодостаточного развития требует взвешенного подхода к выработке нормативных и правовых положений, регулирующих финансово-экономические отношения между регионом, хозяйствующими субъектами и населением, а также регионом и федеральным уровнем управления.

Самодостаточность позволяет обеспечить эквивалентность внутрирегиональных и межрегиональных связей, когда каждый регион, в соответствии со своими экономическими и социальными интересами, определяет свое участие в совместном с другими регионами решении межрегиональных социально-экономических проблем. В данном случае возможен и межрегиональный обмен финансовыми и материально-техническими ресурсами.

Следует отметить, что в основе любой стратегии лежат конкурентные преимущества, позволяющие преодолевать силы конкуренции на рынке и привлекать потребителей. Конкурентные преимущества могут иметь разнообразные формы в зависимости от специфики отрасли, товара и рынка. При определении конкурентных преимуществ важно ориентироваться на запросы потребителей. Для сохранения или, наоборот, изменения конкурентных преимуществ в связи с изменениями конкурентной среды и предпочтений потребителей необходим постоянный мониторинг действий конкурентов и отслеживание изменений потребительских предпочтений.

Вместе с тем анализ конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий дает основание утверждать, что в силу разного рода объективных причин они традиционно находятся в невыгодных экономических условиях:

- значительная часть продукции сельского хозяйства является скоропортящейся, что сокращает сроки ее реализации, заставляет принимать диктуемые рынком и предприятиями перерабатывающей промышленности условия. Кроме того, негативное влияние оказывает и эффект сезонности ведения сельскохозяйственного производства;
- сельскохозяйственные предприятия производят продукты питания для населения, рост цен на которые во многом ограничен его платежеспособным спросом;
- ассортимент производимой сельскохозяйственными предприятиями продукции сравнительно однообразен, что обостряет конкуренцию внутри отрасли;
- сельскохозяйственные предприятия имеют конкурентные преимущества низкого ранга, что делает их экономику крайне неустойчивой. Внедрение инноваций затрудняется убыточностью производства, отсутствием эффективной аграрной политики и протекционизма государства в отношении развития сельского хозяйства и его отраслей.

Предприятия перерабатывающей промышленности находятся в более выгодном экономическом положении: они производят конечные продукты питания с длительным сроком хранения, являются монополистами на данной территории, имеют более широкий ассортимент производимой продукции, больше возможностей для расширения рынка ее сбыта.

Однако нельзя не отметить, что их деятельность (прежде всего полное использование производственных мощностей) напрямую зависит от объемов производства и качества продукции сельского хозяйства и, следовательно, деятельности сельскохозяйственных предприятий. Поэтому повышение конкурентных преимуществ предприятий АПК возможно только при условии их взаимосвязанного и скоординированного развития.

Таким образом, конкурентное преимущество определяет позицию предприятия в отрасли, а отрасли в экономике региона. Выбор конкретной стратегии конкуренции существенно зависит от стратегического потенциала региона и возможностей расширения его ресурсов. Именно внутренняя среда региона в АПК во многом определяет реализацию выбранной стратегии его развития.

По мере возрастания требований внешней среды изменялись принципы формирования стратегии хозяйствующих субъектов. Существуют два противоположных подхода к пониманию стратегии. При первом подходе сначала определяются конечное состояние, которое должно быть достигнуто через относительно длительный промежуток времени, и необходимые действия, чтобы достичь такого состояния. Затем составляется план действий с разбивкой по временным интервалам (пятилеткам, годам и кварталам), реализация которого должна привести к достижению конечной цели. В основном именно такой подход к стратегии существовал в системах с централизованной плановой экономикой.

Стратегия рассматривалась как конкретный долгосрочный план или достижение конкретной долгосрочной цели, а выработка стратегии – нахождение цели и составление долгосрочного плана. Считалось, что все изменения, происходящие в среде функционирования, поддаются полному контролю и управлению. Однако развитие рыночных отношений свидетельствует о том, что скорость процессов изменения среды, а также дополнительные возможности, которые заключены в этих изменениях, постоянно возрастают.

Поэтому стратегия предприятия в рыночной экономике должна в первую очередь ориентироваться на возможности получения преимуществ.

Второй подход к пониманию стратегии характеризуется тем, что она рассматривается как долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия или отдельного региона, касающееся сферы, средств деятельности, системы экономических взаимоотношений внутри него, а также его позиции в окружающей среде, – всего того, что приводит к выбранным целям. При таком подходе исключается детерминизм в поведении объекта, так как стратегия определяет свободу выбора с учетом изменяющейся ситуации. В данном случае стратегию в общем виде можно охарактеризовать как выбранное направление пути дальнейшего поведения в среде, функционирование в рамках которой должно привести к достижению поставленных целей.

К данному типу могут быть отнесены стратегии, предусматривающие: увеличение доли объема продаж на рынке до определенного уровня без снижения цены; начало производства продукции при одновременном сокращении производства другой продукции.

К функциям стратегии следует отнести обеспечение конкурентоспособности, распределение ресурсов, выбор приоритетов и основных целей, капитализация сильных сторон региона (предприятия) и преодоление его слабых сторон.

В обобщенном виде основными функциями стратегии следует считать: диагностическую, измерительную, прогнозную, дифференцирующую, защитную, информационно накопительную, стимулирующую.

В условиях рыночной экономики развитие регионального АПК может осуществляться в соответствии с принятой аграрной политикой в рамках таких стратегий, которые обеспечат ему получение прибыли, устойчивое финансовое положение, надежное снабжение населения продуктами питания по приемлемым ценам, а также конкурентоспособность отрасли. На основе обобщения большого научного материала предлагается следующая классификационная модель стратегий.

Хозяйствующие субъекты региона при формировании своей стратегии определяют ее соответствующий вид в зависимости от поставленных задач. При этом следует учитывать и типы стратегий: лидерства в издержках, дифференциации продукции, узкой специализации, первопроходца, синергизма. Каждый тип имеет свои риски, преимущества и недостатки, которые проявляются при определенных рыночных условиях.

Стратегия лидерства в издержках – это агрессивная стратегия, направленная на достижение эффективности производства и обеспечения жесткого контроля всех видов расходов.

Стимулом ее использования является наличие в отрасли эффекта масштаба и привлечения большого числа потребителей, для которых цена является определяющим фактором выбора. Такая стратегия требует оптимальных размеров производства, развития сбытовой сети, захвата доли рынка, использования ресурсосбережения, осуществления контроля накладных расходов и других постоянных издержек. Доминирующую роль в данной стратегии играет производство.

Российские предприятия, в том числе и сельскохозяйственные, пока не проявляли особого интереса к анализу издержек и снижению себестоимости, так как в условиях высокой инфляции в этом особого смысла не было. Однако по мере снижения инфляции данная стратегия прежде всего для сельскохозяйственных товаропроизводителей становится все более перспективной.

Стратегия дифференциации продукции или, другими словами, обособление товара на рынке означает способность предприятия обеспечить уникальность и более высокую ценность по сравнению с конкурентами продукта для покупателя с точки зрения уровня качества, наличия его особых характеристик, форм и методов сбыта.

Дифференциация – вполне реальный путь получения прибыли выше среднеотраслевого уровня, так как возникающая благодаря специфическим характеристикам продукта приверженность покупателей торговой марке снижает их чувствительность к ценам. Она предполагает необходимость гибкого производства, позволяющего оперативно модифицировать продукцию в соответствии с меняющимися требованиями рынка; развитой маркетинговой службы предприятия, способной своевременно и объективно улавливать предпочтения покупателей.

Однако в современных экономических условиях российские предприятия пока недостаточно применяют возможности стратегии дифференциации, особенно дифференциации торговых марок. Ее следует особенно активно использовать предприятиям перерабатывающей и пищевой промышленности.

Стратегию узкой специализации можно определить как выбор ограниченной по масштабам сферы хозяйственной деятельности с резко очерченным кругом потребителей.

Она предполагает концентрацию деятельности предприятия на относительно небольшой целевой группе потребителей, части товарного ассортимента, каком-либо аспекте деятельности, но радикально отличается от предыдущих стратегий, поскольку основана на выборе рыночной ниши. Ниша рынка может быть определена с точки зрения географической уникальности, специальных требований к использованию продукции или ее особых характеристик, важных только для участников ниши. Причиной выбора такой стратегии часто является отсутствие или недостаток ресурсов, однако более важная причина – усиление барьеров входа в отрасль или на рынок.

Именно поэтому стратегия фокусирования присуща, как правило, небольшим предприятиям, хотя ею могут воспользоваться и крупные предприятия. Данная стратегия может быть рекомендована для крестьянских (фермерских) хозяйств, птицефабрик и звероводческих предприятий.

По мнению М. Портера, рассмотренные три типа стратегий являются базовыми. Поэтому предприятие, желающее добиться успеха, должно следовать одной из них, иначе «застрянет посередине», то есть не будет иметь конкурентного преимущества и обречено на результаты ниже среднеотраслевого уровня.

Дальнейшие исследования успешно работающих западных фирм не опровергают постулаты М. Портера, однако демонстрируют неизмеримо большее число возможных конкурентных стратегий или их комбинаций. Перспективными считаются стратегии, направленные на достижение высокого качества и уникальных характеристик продукции путем увеличения производительности труда и минимизации затрат.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.