

УДК 631.1

МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Миненко А.В.,

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет

Россия, г. Барнаул

Селиверстов М.В.,

старший преподаватель

ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет

Россия, г. Барнаул

Аннотация. Рассмотрены возможные стратегии развития, определена их функция. Рассмотрены теории стратегического управления, Представлены меры для создания хозяйствующим субъектам аграрного сектора более благоприятных условий реализации произведенной продукции. Рассматривается возможность координации усилий товаропроизводителей территории при реализации выбранной стратегии. Представлены условия выбора стратегий интегрированного роста.

Ключевые слова: Стратегия развития, теория стратегического управления, условия реализации продукции, субъект аграрного сектора, координация усилий товаропроизводителей, стратегия интегрированного роста.

MODELS OF INTERACTION OF DEVELOPMENT STRATEGIES IN THE AGRARIAN SECTOR OF MUNICIPAL EDUCATION

Minenko A.V.,

Ph.D. in Economics, Associate Professor

FSBEI HE Altai State Agrarian University

Russia, Barnaul

Seliverstov M.V.,

Senior Lecturer

FSBEI HE Altai State Agrarian University

Russia, Barnaul

Annotation. Possible development strategies are considered, their function is defined. Theories of strategic management are considered. Measures are presented to create more favorable conditions for the sale of manufactured products to business entities of the agricultural sector. The possibility of coordinating the efforts of producers of the territory when implementing the selected strategy is being considered. The conditions for choosing integrated growth strategies are presented.

Keywords: development strategy, theory of strategic management, conditions for the sale of products, the subject of the agricultural sector, coordination of efforts of producers, integrated growth strategy.

Основываясь на целях, обозначенных в стратегии развития аграрного сектора территории, направленных на создание условий для повышения конкурентной функции районных органов управления возникает необходимость в создании условий для повышения конкурентоспособности продукции местных товаропроизводителей на товарных рынках и эффективного ведения бизнеса. Стратегии развития призваны рассматривать территорию, с одной стороны, как среду, формирующую хозяйствующим субъектам аграрного сектора эти преимущества, с другой, как самостоятельный субъект конкурентных отношений, требующий продвижения продукции этих субъектов на региональный и межрегиональные рынки [1].

Согласно теории стратегического управления к эталонным стратегиям развития бизнеса относятся стратегии концентрированного, интегрированного и диверсифицированного роста.

При этом стратегия поведения районных органов управления разрабатывается на основе трех составляющих: производственных ресурсов территории, уровня экономической устойчивости территории и умения работать с местным бизнес-сообществом. Каждое из этих направлений отражает самостоятельную линию поведения районных органов управления [2].

Для создания хозяйствующим субъектам аграрного сектора более благоприятных условий реализации произведенной продукции районные органы управления выполняют функцию территориального маркетинга, в основе которой лежит взгляд на район как носитель совокупности товара. При этом продукция территории оценивается с точки зрения ее места на том или ином товарном рынке. Анализируется позиция каждого вида продукции на всех товарных рынках, определяется позиция по производителям этой продукции и определяется общая стратегия и место в ее реализации каждого из товаропроизводителей. В этом случае выбор стратегии поведения на рынке, т. е. стратегии концентрированного роста будет определяться местом продукции на товарном рынке:

- на территориях, где производится продукция, имеющая на рынке известный бренд и способная при определенных организационных усилиях стать ядром территориального кластера, целесообразно применение стратегии усиления позиции на рынке;

- на территориях, где производится продукция широкого ассортимента, соответствующая требованиям стандартов качества, но ее производители имеют проблемы со сбытом, целесообразно применение стратегии развития рынка. Позиция продукции муниципального образования на товарном рынке обусловлена, прежде всего, его конкурентоспособностью, поэтому учеными обоснованы три важнейших стратегии создания конкурентных преимуществ – лидерство в цене, дифференциация товара или концентрация внимания на интересах потребителей [3];

- на территориях, где ассортимент и качество производимой продукции не

позволяет ей осваивать товарные рынки и, как правило, ограничивается внутрирайонным потреблением, целесообразно применение стратегии развития продукции. Потребности мирового продовольственного рынка велики. Но в условиях внутренней экономической нестабильности, сложности развития продовольственного рынка, активного проникновения на него импортных товаров следует применять стратегии обороны и поддержания статус-кво (стратегии стабильности) и фокусировки на ограниченной или специальной возможности, основанные на выпуске конкурентоспособной продукции с высоким уровнем добавленной стоимости или импортозамещающей продукции, в т. ч. молочной, мясной, плодоовощной.

На следующем этапе рассматривается возможность координации усилий товаропроизводителей территории при реализации выбранной стратегии концентрированного роста, т. е. выбирается стратегия интегрированного роста. Связано это с высочайшим уровнем конкуренции на рынке продовольственных товаров и нестабильной ситуацией на рынках сельскохозяйственного сырья. Поэтому, уже сегодня многие хозяйствующие субъекты входят в межотраслевые объединения, расположенные вне границ муниципального образования, в последние годы усиливается взаимодействие хозяйствующих субъектов в структуре кластеров, межотраслевых интегрированных формирований, некоммерческих отраслевых региональных союзов. И они становятся все более актуальны, т. к. объединяют взаимодополняющие компании для совместной работы и выпуска конкурентоспособного конечного продукта [4].

В этом вопросе районные органы управления могут применять стратегии интегрированного роста. Выбор между ними делается, исходя из того, какой территорией и отраслью ограничивается процесс объединения:

- если этот процесс ограничивается межотраслевым объединением хозяйствующих субъектов, расположенных на территории муниципального образования или даже определенной его части, то речь будет идти об обратной вертикальной интеграции;

- если этот процесс заходит за границы административной территории, то речь идет о вперед идущей вертикальной интеграции.

Следует заметить, что на территории сельского муниципального образования происходит объединение усилий и между хозяйствующими субъектами одной отрасли. В этом случае речь идет о горизонтальной кооперации или интеграции.

Интеграция и кооперация хозяйствующих субъектов, производящих однородную продукцию, позволяет применять следующие стратегии: характерные для крупных корпораций; являющиеся составляющим звеном экономики территории, и стратегии, разработанные в регионе; характерные для некоммерческих объединений предприятий и направленные на продвижение продукции всех входящих в нее хозяйствующих субъектов на региональный и межрегиональный рынок.

Однако, наши исследования показывают, что применение стратегий интегрированного роста возможно лишь в том случае, если в районе или на соседних территориях имеются интеграторы, способные за счет производства востребованной рынком конкурентоспособной продукции стимулировать рост объемов производства в смежных отраслях. Эта ситуация предполагает реализацию отраслевых стратегий – корпоративных, функциональных, инструментальных. А. Мартинет разделил корпоративные стратегии менеджмента отрасли на внутриотраслевые, межотраслевые и межфирменные [5].

Таким образом, реализация выше названных стратегий возможна при условии соответствия рыночному спросу качества и объемов производимой продукции. Однако во многих сельских муниципальных образованиях отдельных видов продукции производится либо больше того, что сможет потребить рынок, либо производимая продукция вообще не соответствует требованиям потребительского спроса. Но при этом территория располагает богатыми, но не используемыми природными, экономическими, в т. ч. трудовыми ресурсами. Это обуславливает реализацию характерной для российской экономики в целом стратегию

диверсифицированного роста.

Библиографический список

1. Гриценко Г.М. Формирование инфраструктуры развития сельскохозяйственного предпринимательства региона / Г. М. Гриценко, Н. Ф. Вернигор А. В. Миненко // АПК: Экономика, управление. – 2017. – № 10. – С. 12-22.
2. Гриценко Г.М., Борисова О.В., Фисак С.А. Развитие стратегий диверсификации деятельности сельскохозяйственных предприятий. - Барнаул: Азбука, 2007. – 157 с.
3. Викторова А.Б. Повышение конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий путём изменения уровня специализации / А.Б. Викторова // Аграрная наука- сельскому хозяйству. Мат. IV Межд. науч.-практ. конференции. – Барнаул: Изд-во АГАУ, 2009. Кн. 1. – 412 с., - С.70-73.
4. Першукевич П.М. АПК Сибири: тактика и стратегия экономических реформ. РАСХН. Сиб. отд-ние. СибНИИЭСХ. – Новосибирск, 2003. – 420 с.
5. Селиверстов М.В. Методика обоснования целей развития эколого-экономического потенциала территории сельских муниципальных образований / М.В. Селиверстов, А.В. Миненко // Вектор экономики. 2019. № 5 [Электронный ресурс]. URL: http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2019/5/regionaleconomy/Seliverstov_Minenko.pdf(дата обращения: 02.06.2019).

Оригинальность 98%