

УДК: 336.4

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Хакимова Е.Р.¹

¹ФГБОУ ВО Башкирский государственный аграрный университет, Россия, Уфа, e-mail: khakimova.yelena.00@mail.ru

У каждого региона с переходом к экономической самостоятельности появляется объективная потребность в долгосрочном стратегическом развитии. Отечественный и зарубежный опыт стратегических разработок на разные сегменты оказал влияние в целом на государственное регулирование различных отраслей, особенно в период реструктуризации экономики. Стратегическое планирование – это совокупность и взаимосвязь принципов, методов, действий и решений, принимаемых руководством организации различных отраслей в целях эффективного ее развития.

Ключевые слова: эффективность, регион, стратегия, финансовые результаты, рентабельность.

STRATEGIC DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

Khakimova E.R.¹

¹ Federal State Budgetary Educational Establishment of Higher Education «Bashkir State Agrarian University», Russia, Ufa, e-mail: khakimova.yelena.00@mail.ru

With the transition to economic independence, each region has an objective need for long-term strategic development. Domestic and foreign experience of strategic developments in different segments has influenced the overall state regulation of various industries, especially in the period of economic restructuring. Strategic planning is a set and interrelation of principles, methods, actions and decisions taken by the management of the organization of various branches for the purpose of its effective development.

Keywords: efficiency, region, strategy, financial results, profitability.

Введение. Реализация стратегии для предприятия и отрасли в целом основано на использовании общих подходов методологии планирования. Однако, стратегический план имеет также свои особенности. Можно выделить следующие концептуальные положения, которые отражают основные подходы к стратегическому планированию в аграрном секторе на региональном уровне:

- удовлетворение потребностей населения в продуктах питания является главной

целью сельскохозяйственного производства, большинство из которых не могут быть произведены без участия пищевой и перерабатывающей промышленности. Поэтому на региональном уровне стратегия развития сельскохозяйственного производства должна разрабатываться в рамках стратегии развития всего агропродовольственного комплекса;

- внешними факторами для сельского хозяйства являются уровень и динамика платежеспособного спроса, структура и емкость продовольственного рынка. В методологическом аспекте такое разграничение важно для научного содержания стратегии развития агропродовольственного комплекса, организационно-экономического механизма ее реализации, методов и форм воздействия государственных органов на товаропроизводителей в АПК;

- стратегия агропромышленного комплекса региона должна быть ориентирована в первую очередь на обеспечение его продовольственной безопасности и страны в целом [1].

Основная часть. Стратегическое планирование агропродовольственного комплекса базируется на следующих основных принципах (табл. 1).

Таблица 1 – Основные принципы стратегического планирования АПК

Наименование принципа	Содержание
Целенаправленность	Обоснование стратегических целей и приоритетов экономического развития агропромышленного комплекса региона
Комплексность	Процесс формирования приоритетных и перспективных функций агропромышленного комплекса региона должен сочетаться и быть согласован с совокупностью полученных прогнозных оценок и факторов его развития
Адаптивность	С учетом возможных изменений внешней и внутренней среды должны быть разработаны меры по корректировке целей и приоритетов развития, изложенных в стратегических концепциях и программах, путем использования механизмов обратной связи и системы мониторинга
Эффективность	При формировании стратегического выбора социально-экономической системы необходимо добиваться, чтобы предполагаемый набор приоритетных функций обеспечивал достижение желаемого состояния агропромышленного комплекса региона при рациональном использовании всех видов ресурсов

Конкурентные преимущества, которые лежат в основе любой стратегии, позволяют преодолеть конкуренцию на рынке и привлечь потенциальных потребителей. При их определении важно ориентироваться на спрос потребителей по ассортименту выпускаемой

продукции и их количеству. Для того чтобы сохранить или скорректировать преимущества в связи с изменением конкурентной среды и потребительских предпочтений, необходимо постоянно мониторить действия конкурентов и отслеживать потребительские предпочтения. Анализ конкурентных преимуществ сельскохозяйственных организаций дает основание утверждать, что они находятся в не достаточно благоприятных экономических условиях, таких как:

- влияние сезонного сельскохозяйственного производства. Значительная часть сельскохозяйственной продукции является скоропортящейся, что сокращает сроки ее реализации, заставляет принимать условия, диктуемые рынком и перерабатывающими организациями;

- рост цен на продукты питания для населения сельхозтоваропроизводителями ограничен эффективным спросом;

- монотонность ассортимента сельскохозяйственной продукции, что ведет к обострению конкуренции внутри отрасли;

- развитию инноваций препятствует отсутствие эффективной сельскохозяйственной политики и государственного протекционизма в отношении сельского хозяйства;

- низкий уровень информационно-консультационных услуг для сельхозтоваропроизводителей [3].

Стратегия развития предполагает изменение параметров организации для достижения определенного высокого уровня в перспективе. Она является динамическим типом стратегического планирования, когда на предприятиях происходят значительные структурные изменения. При реализации стратегии прогнозируются риски которые могут возникнуть при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Также происходит поиск новых возможностей которые способствуют достижению цели. Разрабатываются многочисленные альтернативы и происходит выбор наиболее успешного варианта. Выбор стратегии зависит от степени насыщенности рынка, степени и скорости развития отрасли и возможностей хозяйствующего субъекта постоянно обновлять свое производство.

Стратегия стоимостных преимуществ – хозяйствующий субъект, ориентированный на широкий охват рынка и выпускающий большие партии продукцию путем массового производства, может минимизировать затраты и предложить более низкие цены.

Стратегия концентрации реализуется через идентификацию конкретного сегмента рынка через низкие цены или уникальное предложение.

Стратегия проникновения на рынок является динамичным типом планирования. Эффективен в том случае, когда идет расширение рынка или наблюдается потребность в той

или иной продукции. Организация стремится расширить реализацию существующей продукции на действующих рынках за счет интенсификации товародвижения, прогрессивного продвижения, реализации маркетинговой деятельности и конкурентных цен [2].

Реализация стратегии производства новых продуктов достигает своей эффективности только тогда, когда предприятия агропромышленного комплекса ориентируются на производство востребованных потребителями продукции, разрабатывают для действующих потребительских рынков новой или модифицированной продукции.

Использование стратегии диверсификации производства характеризуется для сельскохозяйственных предприятий тем, чтобы преодолеть зависимость только от одного или нескольких продуктов. Расширение ассортимента продуктовых предложений ориентированы в основном как на существующие, так и на новые сегменты рынка.

При реализации стратегии дифференциации сельскохозяйственные предприятия в осуществлении своей деятельности ориентируются на рынок, стремятся производить привлекательную, даже в какой то степени уникальную продукцию для большинства потребителей не уделяя большое внимание на ее цену [5].

Таким образом, существует большое количество разнообразных схем классификации стратегий. Поэтому возникает сложность разграничения их в стратегическом процессе и определить к какому именно виду стратегии они были разработаны. Для этого, по нашему мнению, необходимо сначала обозначить общую стратегию и общую цель. Затем выделить подстратегии и подцели с помощью которых можно достичь общую цель в стратегии развития агропромышленного комплекса.

Список литературы:

1. Ахунова Г.И., Ковшов В.А. Управление затратами как фактор обеспечения конкурентоспособности продукции // В сборнике: Экономическое развитие: проблемы и перспективы. Материалы научно-практической конференции. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Башкирский государственный аграрный университет, Кафедра организации и менеджмента. – 2016. – С. 66-69.

2. Кизько П.А., Ковшов В.А. Оценка степени доступности регионального рынка молочной продукции // В сборнике: Аграрная наука в инновационном развитии АПК. Материалы Международной научно-практической конференции в рамках XXVI Международной специализированной выставки «Агрокомплекс-2016». – 2016. – С. 272-277.

3. Ковшов В.А. Стратегическое развитие агропромышленного комплекса Республики Башкортостан на основе территориальных кластеров // В сборнике: Экономика региона:

вопросы и ответы. Сборник статей Республиканской научно-практической конференции. – 2017. – С. 52-57.

4. Разработка системы стратегических проектов развития Республики Башкортостан на период до 2030 года / Д.В. Котов, Д.А. Гамилова, И.В. Буренина, В.А. Ковшов, Н. Лавренюк, И.Б. Утяшева, Д.В. Попов, И.Ю. Карелин, Р.Р. Ахунов // В книге: Стратегическое развитие Республики Башкортостан в 2015-2030-е годы XXI века. Сборник статей. – Уфа, 2016. – С. 112-157.

5. Формирование приоритетных направлений социально-экономического развития Республики Башкортостан / Д.В. Котов, Д.А. Гамилова, И.В. Буренина, В.А. Ковшов, Н. Лавренюк, И.Б. Утяшева, Д.В. Попов, И.Ю. Карелин, Р.Р. Ахунов // В книге: Стратегическое развитие Республики Башкортостан в 2015-2030-е годы XXI века. Сборник статей. – Уфа, 2016. – С. 74-101.