

УДК 631.145+338.43

Ф. И. СУБОЧ, А. В. ПИЛИПУК

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ И КОЭВОЛЮЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АПК

Центр аграрной экономики Института экономики НАН Беларуси

(Поступила в редакцию 27.12.2006)

Уровень конкурентоспособности аграрного комплекса страны и его место в мировой хозяйственной иерархии зависит от состояния ресурсосберегающих и энергоэффективных технологий, интенсивности инноваций в производстве, хранении сельскохозяйственной продукции, ее переработке и сбыте, а также от уровня развития биотехнологий и соблюдения международных норм в экологии и рациональном природопользовании. Очевидно, что в настоящее время устойчивое развитие предприятий системы АПК требует организации разновариантных практических моделей кооперации и интеграции по всей цепи создания добавленной стоимости (включая отрасли, производящие средства производства и торгово-сбытовые организации, осуществляющие реализацию конечной потребительской продукции).

В этой связи направленные преобразования в аграрном комплексе важно осуществлять исходя из необходимости достижения рационального сочетания интересов и социально-экономических критериев развития предприятий всех сфер. Такая постановка вопроса функционирования АПК позволяет определить целесообразность применения коэволюционного подхода, где условия и уровень развития различных подсистем (сфер АПК) рассматриваются как сопряженные и взаимно обусловленные [1].

Применение идеологии коэволюции в АПК позволяет рассматривать процесс развития как совокупность органически целостных и необратимых изменений, приводящих к значительному усилению взаимодействия сфер аграрного комплекса с целью повышения эффективности и конкурентоспособности предприятий и системы в целом (рис. 1).

В данном аспекте основой разрабатываемых стратегий (страны, региона, отрасли, организации) должны стать тесные производственные связи с партнерами, облегчение доступа к ресурсам всех видов, определение того, что целесообразно производить в большем масштабе и какие направления деятельности следует финансировать в первую очередь. В этой связи главным условием формирования успешной инвестиционной политики на предприятии является ориентация его в первую очередь на достижение долгосрочных задач, что подразумевает определение стратегических перспектив не только на основе соб-

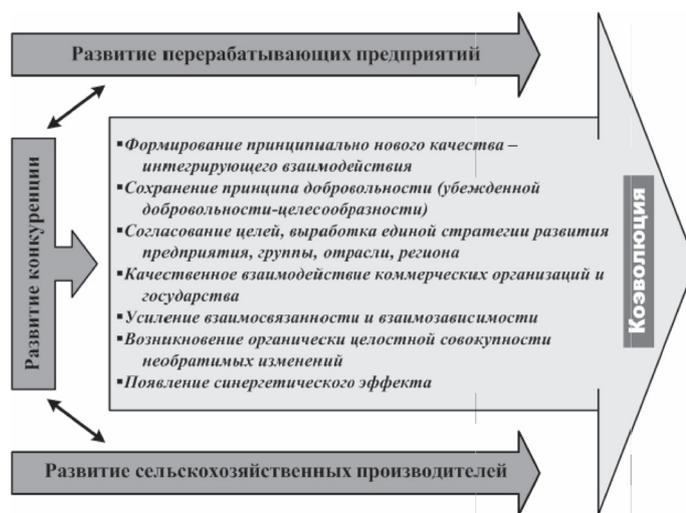


Рис. 1. Процесс коэволюции предприятий АПК



Рис. 2. Структура субъектов коэволюционного развития сферы АПК

онного развития сферы АПК должна включать следующие четыре основных элемента: сельскохозяйственное производство, промышленную переработку, сбыт готовой продукции и ее потребление (рис. 2).

Координацию взаимодействия следует осуществлять при помощи централизованного управления, для чего могут создаваться различные по своему составу и функциям интегрированные формирования, кооперативы, ассоциации, холдинги и др.

Устойчивое функционирование предприятий АПК требует выработки комплекса стратегических и тактических решений для повышения эффективности механизмов взаимодействия при определении и усилении конкурентных преимуществ, формировании направлений производственной и научно-технической деятельности, а также поиске каналов сбыта и продвижения.

В этой связи механизм экономических взаимоотношений участников интеграционного процесса следует строить на основе опережающих инвестиций в перерабатывающую отрасль (рис. 3), что позволит более рационально использовать ресурсы сельского хозяйства с учетом интересов товаропроизводителей и потребностей различных категорий потребителей.

Практика подтверждает, что для устойчивого социально-экономического функционирования аграрного комплекса логично развивать свои национальные конкурентные преимущества, т.е. содействовать процессу коэволюции системы АПК. Это позволит, во-первых, усилить инновационную направленность хозяйственной деятельности; во-вторых, выработать региональные программы комплексного развития организационно-экономического механизма агропромышленной интеграции; в-третьих, объединить усилия государственных органов управления, организаций научно-технической сферы и производственного сектора в целях увеличения конкурентоспособности продукции.

Например, проведенный нами анализ возможных путей создания кооперативно-интеграционных объединений в Минской области показал, что в сложившихся условиях наиболее оптимальным является создание Хозяйственной группы «Юг Минской области», занимающейся выращиванием и убоем скота, производством и промышленной переработкой сырья, доведением готовых молочных продуктов до конечных потребителей [2, с. 19].

Экономическая целесообразность создания подобной структуры базируется на гибком планировании производства и переработки продукции, консолидации финансовых ресурсов, формировании более высоких доходов при реализации продукции углубленной переработки и улучшения ее качества, расширения рынков сбыта и др.; сокращении затрат за счет специализации и экономии на масштабах производства; системном решении различных производственных задач, вопросов социальной политики, охраны окружающей среды [2, с. 22].

В данном аспекте актуальными следует признать вопросы совершенствования разработанных нами механизмов взаимодействия производителей сферы АПК с розничными торговыми

твенных тенденций развития, но и на анализе потенциальных возможностей партнеров по кооперации, отрасли в целом, региона и экономики государства.

С этих позиций процесс формирования инвестиционных стратегий предприятий перерабатывающей промышленности АПК следует рассматривать как долгосрочное определенное направление развития, касающееся средств и форм их деятельности, а также системы взаимоотношений внутри организаций и в окружающей среде. Следовательно, структура субъектов коэволюци-

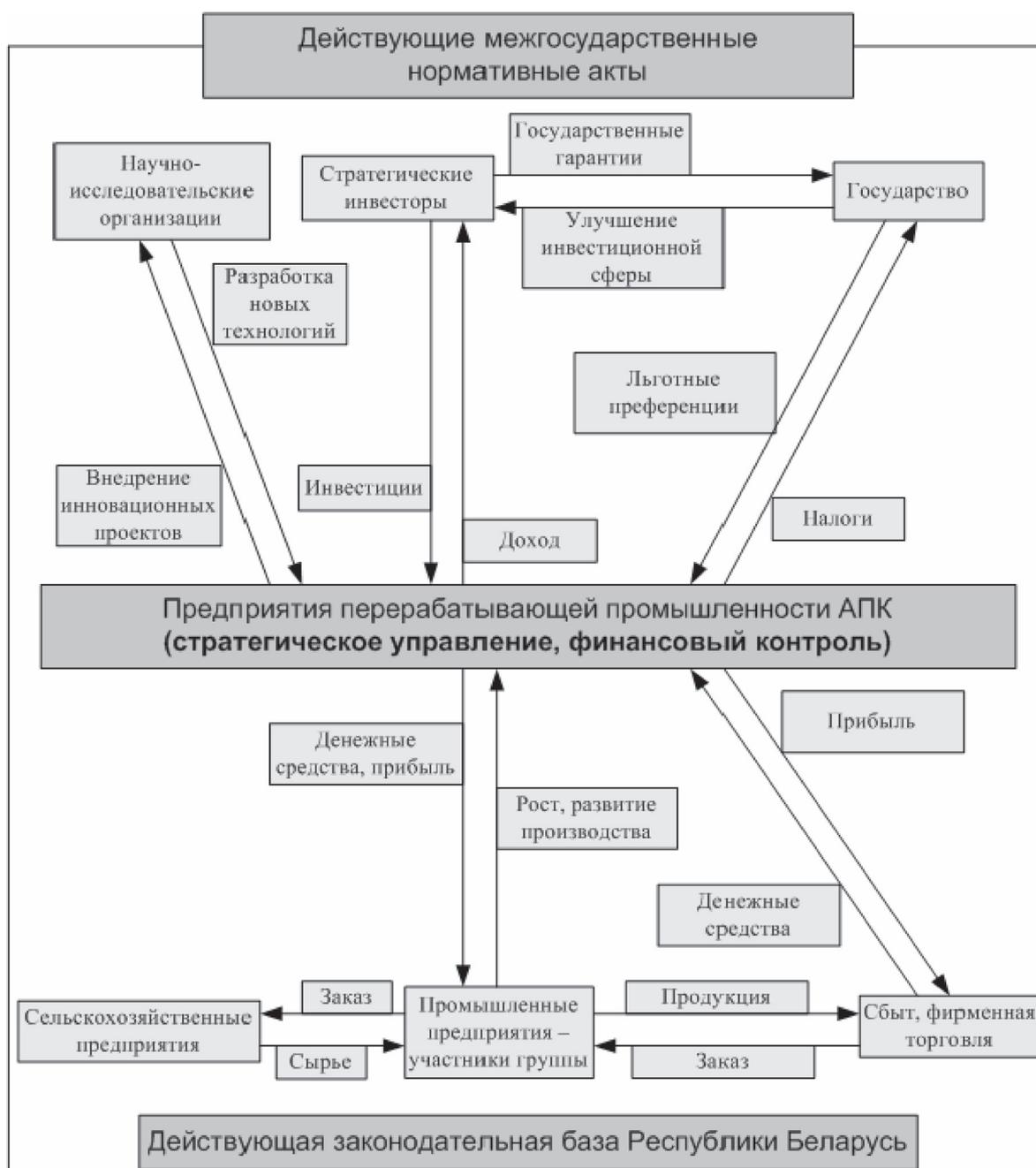


Рис. 3. Механизм экономических взаимоотношений основных участников интеграционного процесса через опережающие инвестиции в перерабатывающую отрасль

предприятиями и потребителями посредством осуществления мероприятий фирменной торговли (рис. 3). Ее связующая роль проявляется в возможности объединения усилий и затрат розничной торговли и товаропроизводителей, в результате чего сокращаются общие суммарные издержки и повышается эффективность сбытовых мероприятий. Следовательно, мероприятия фирменной торговли становятся объективным условием эффективного функционирования аграрных торгово-промышленных формирований. Применяемые при этом методы позволяют существенно стимулировать спрос и склонить потенциальных покупателей к совершению покупки. Вызванный тем самым рост товарооборота и, соответственно, прибыли является основным стимулом для дальнейшего совершенствования и развития.

Суть фирменной торговли заключается в том, что она позволяет включить торговые услуги в единую систему производства и реализации агропромышленной продукции, в результате чего

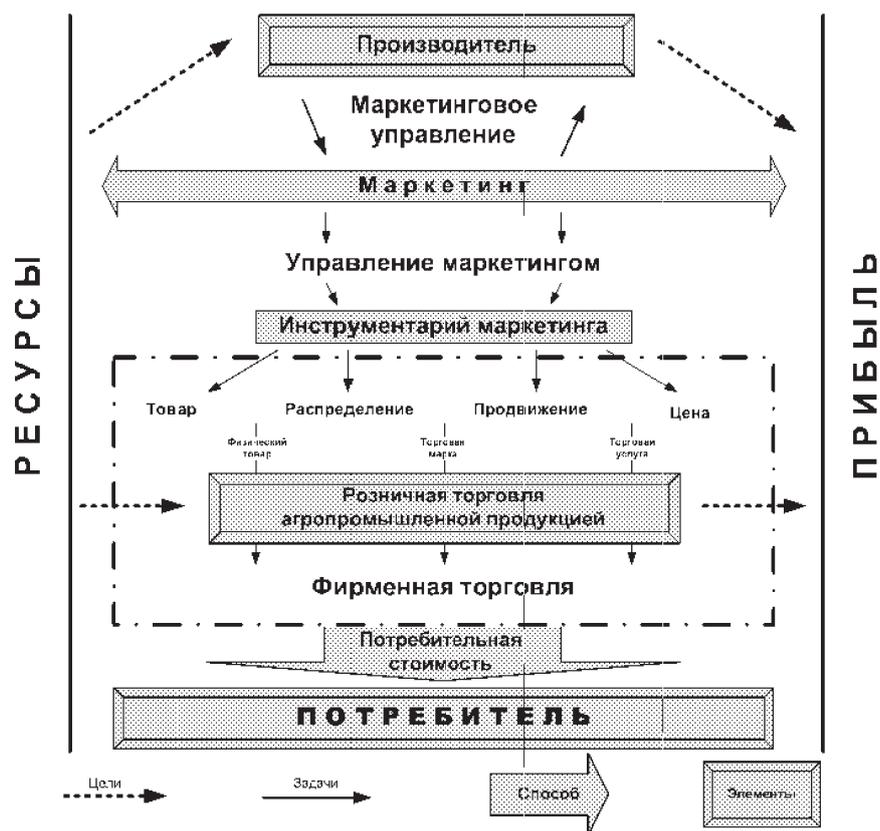


Рис. 4. Место и роль фирменной торговли

повышается эффективность кооперации и интеграции всех участников технологической цепи за счет синергического эффекта как в сельском хозяйстве (объективное прогнозирование продаж по товарным категориям, в связи с чем оптимизируется структура производства и поставок сырья), перерабатывающей промышленности (реальные оценки конкурентоспособности конкретных видов продукции), в системе сбыта (перспективные каналы, обеспечивающие целевую прибыль), розничной торговле (увеличение товарооборота за счет роста качества услуг), так и при взаимодействии с посредниками и потребителями (обмен информацией, ресурсами, знаниями, ноу-хау и др.) (рис. 4).

Вместе с тем эффективное функционирование фирменной торговли требует организации устойчивой системы взаимодействия ее субъектов и предполагает исследование торгово-сбытовой деятельности как сферы достижения согласованности интересов потребителей и производителей товаров и услуг или как процесса коэволюции ее различных подсистем (рис. 5).

На рис. 5 нами выделено 9 блоков, сгруппированных по двум взаимосвязанным признакам – целям и функциям, закономерное изменение которых представляет собой неотъемлемые этапы коэволюции фирменной торговли.

Если рассматривать развитие конкурентных отношений в розничной торговле, то можно выделить следующие теории, описывающие данный процесс: «колесо розничной торговли», «раскачивание розничной торговли», теории «естественного отбора» и «диалектического процесса» [3, с. 176]. Как подтверждают исследования, в основу этих концепций положен принцип развития по спирали, который подразумевает, что развитие конкуренции постоянно проходит одни и те же стадии, только на более высоком уровне.

Опираясь на изложенные теории, нами было установлено, что развитие фирменной торговли может быть представлено как процесс интенсивных изменений, направленный вверх по спирали, где каждый более высокий уровень (диагональ), приобретая новые не характерные ранее свойства и качества, является отражением предыдущего.

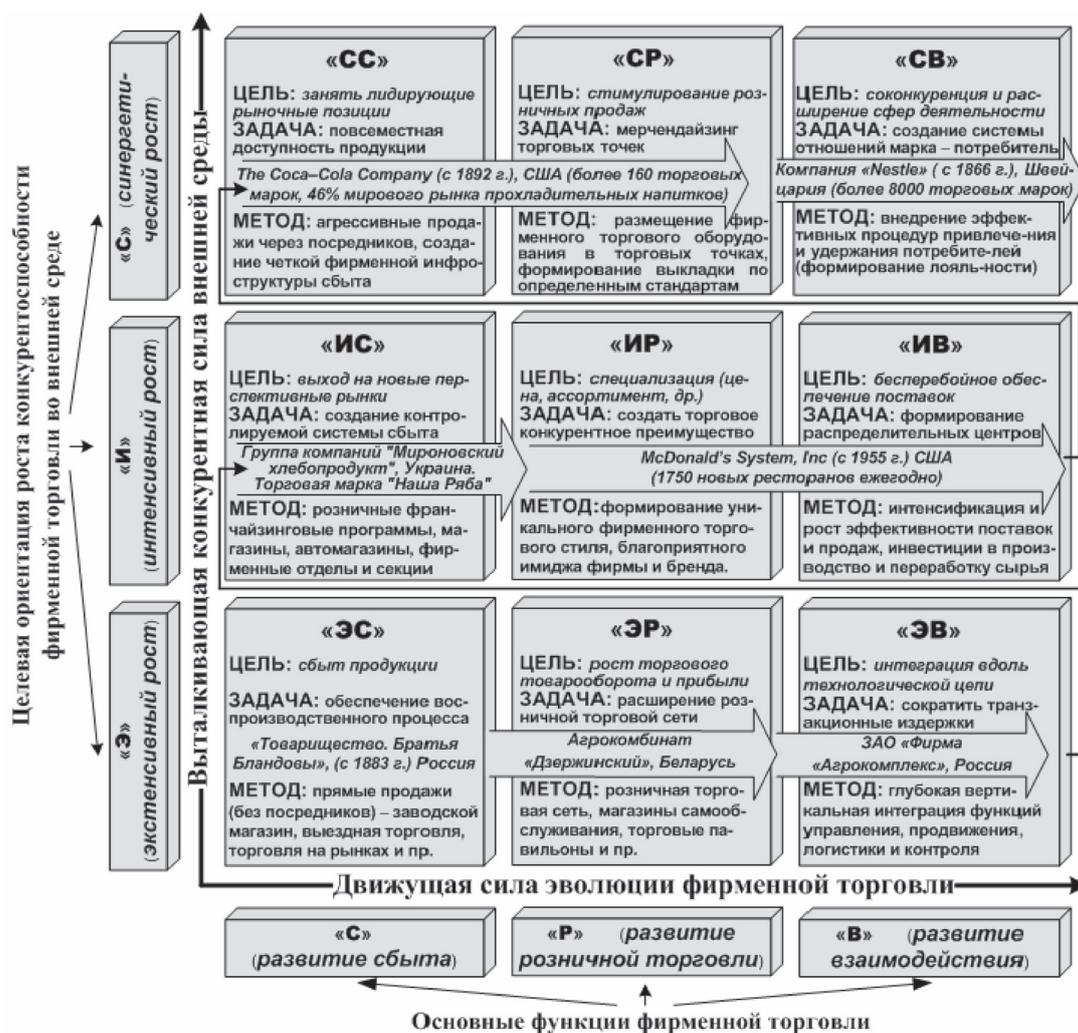


Рис. 5. Матрица коэволюции фирменной торговли продовольствием

Например, наиболее простой и самый распространенный способ фирменной торговой деятельности (левый нижний блок – «ЭС», рис. 5.) возникает вследствие необходимости сбыта произведенной продукции. Так, уже в конце XIX в. ее развивали братья Бландовы, которые учредили первое паевое торгово-промышленное товарищество – «Товарищество. Братья В. и Н. Бландовы в Москве» [4, с. 7]. В его состав входило 59 специализированных фирменных магазинов по продаже сыров и молочной продукции и 12 производственных отделений по всей России.

Особенностью данного этапа является превышение спроса над предложением и низкий уровень конкуренции как в сфере производства, так и в среде розничной торговли. Анализ показывает, что в начале 1990-х годов в подобной ситуации находилось большинство предприятий АПК республики, которые работали на локальных рынках, не испытывая при этом существенной конкуренции со стороны других производителей. Развитие собственных каналов сбыта на данном этапе можно характеризовать в большей степени как вынужденную меру, в связи с отсутствием опыта эффективной работы с торговыми посредниками и низким уровнем сервиса в розничной торговле, что являются в подобной ситуации основными сдерживающими факторами роста предприятий-производителей.

Нижнюю диагональ матрицы объединяет общая целевая ориентация на экстенсивный рост, т.е. наращивание объемов сбыта за счет количественного прироста числа новых покупателей (рис. 5). Подобной стратегии придерживаются: Агрокомбинат «Дзержинский» (более 30 торговых точек); действующие на рынке России корпорация «АГРО-ТРАСТ» (более 50 магазинов);

ЗАО «Фирма «Агрокомплекс» (более 120 магазинов), которые объединяют в своем составе сельхозпроизводителей, перерабатывающие предприятия и организации розничной торговли.

В результате развития конкуренции потребители получают большую свободу выбора. В данной ситуации основная задача фирменной торговли – репозиционирование фирменного продукта, т.е. переход в область неценовой конкуренции (интенсивное развитие – средняя диагональ, рис. 5). Основное внимание покупателей следует сосредотачивать на дополнительных преимуществах (качество товаров, уровень сервиса, престижность и др.). Например, на рынке Украины 45% от общего производства мяса бройлеров принадлежит группе предприятий АОЗТ «Мироновский хлебопродукт». С 2003 г. компания предлагает франчайзинговую программу для организации розничной торговой сети под торговой маркой «Наша Рыба» (на начало 2006 г. более 1000 торговых точек), основная особенность которой заключается в том, что объекты фирменной торговли являются самостоятельными хозяйственными субъектами с жестко регулируемыми и контролируемыми правилами продаж и принципами обслуживания покупателей.

В долгосрочной перспективе на рынке успешно могут работать либо наиболее эффективные, либо наиболее сильные (обладающие значительными ресурсами) компании. В связи с чем предприятия постоянно вынуждены искать новые способы повышения результативности деятельности, которая может быть оценена исходя из различных критериев (прибыли, долгосрочных перспектив развития, конкретных последствий осуществляемой деятельности и пр.). Наибольшую сложность данный вопрос приобретает, если рассматривать эффект от деятельности как результат совмещения целей различных заинтересованных субъектов (собственники, государство, потребители, партнеры, конкуренты, работники и др.), в результате взаимодействия которых могут возникать новые функции, качества и механизмы кооперации и интеграции. Кооперативный эффект, сопровождающийся образованием качественно новых пространственных, временных и функциональных структур, выражается в росте эффективности хозяйственной деятельности и появлении дополнительных особенностей, не свойственных аналогичным неинтегрированным формированиям.



Рис. 6. Структурно-логическая модель непрерывного развития перерабатывающей промышленности на основе кооперативно-интеграционных отношений (КИО)

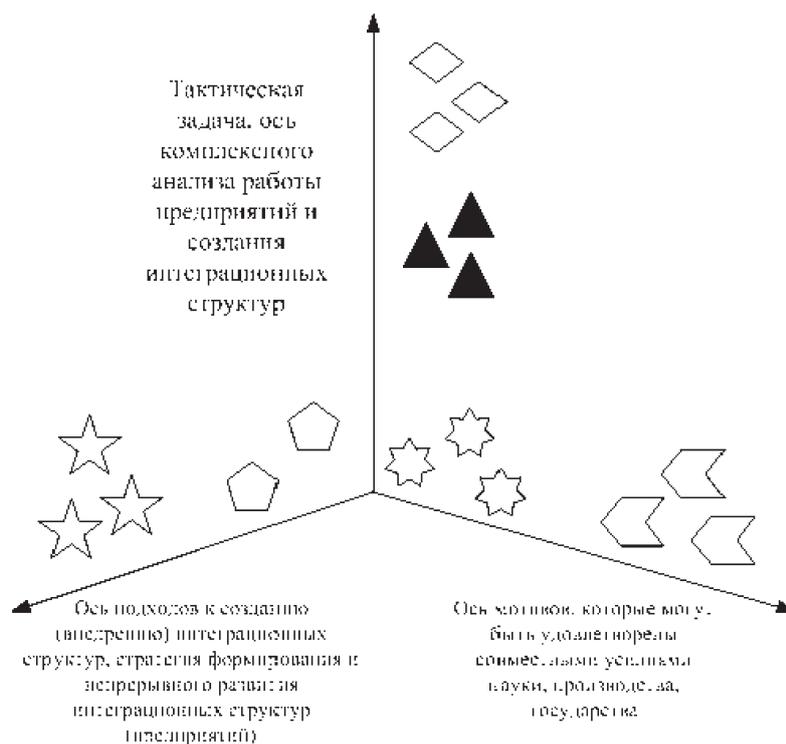


Рис. 7. Схема подходов, мотивов и анализа в аспекте развития перерабатывающей промышленности на основе кооперативно-интеграционных отношений (КИО)

Например, The Coca-Cola Company начинала свою деятельность в 1892 г. с организации собственных каналов сбыта. Развиваясь, фирменная торговая сеть компании прошла экстенсивные и интенсивные стадии эволюции. С 1996 г. руководством принята новая концепция, приоритетом которой является качественное развитие, т. е. укрепление на местных рынках и создание четкой фирменной инфраструктуры для продвижения продуктов компании в каждую нормально работающую торговую точку [5].

Как показывает практика, в процессе развития конкуренции исчезает неизбежность выигрыша одних и проигрыша других, т.е. получать выгоду могут многие участники, что ведет к образованию и укреплению экономических взаимосвязей, которые в настоящий момент позволяют получить существенный синергический эффект. Из чего следует, что основной целью предприятия на последнем из выявленных нами этапов эволюции фирменной торговли является создание тесных взаимосвязей на основе «соконкуренции» (т. е. согласования направлений сотрудничества и конкуренции).

Таким образом, анализ подтверждает, что в настоящее время перерабатывающим предприятиям следует уделять значительно больше внимания формированию собственных торгово-сбытовых систем, изменению организационных структур и укреплению кооперативно-интеграционных отношений, способствующих повышению эффективности хозяйственной деятельности и росту конкурентоспособности выпускаемой продукции.

Структурно-логическая модель непрерывного развития перерабатывающей промышленности на основе кооперативно-интеграционных отношений (КИО) изображена на рис. 6.

Исследования показали, что такую модель удобнее строить в циклической форме на основе изложенной последовательности «от осознанного принуждения – к осознанному непринуждению».

На модели рядом со стадиями «цикла принуждения» изображены мероприятия, которые позволяют эти стадии пройти. При этом стадия «разработка рекомендаций» на следующих «витках» цикла касается уже не предложений вообще, а новых методов повышения эффективности и конкурентоспособности.

Схема подходов и мотивов в аспекте развития перерабатывающей промышленности на основе КИО приведена на рис. 7.

Схему образуют оси тактических и стратегических задач, основные установки или принципы, принимаемые при создании и внедрении интеграционных структур; ось подходов; и, наконец, основной «двигатель» этого внедрения – основные мотивы внедряющих. На пересечении этих осей можно рассматривать и формулировать различные «оптимальные стратегии» решения соответствующих задач и проблем.

Вертикальная ось будет полезна для понимания контекста тактической задачи – это ось комплексного анализа работы предприятий и создания интеграционных структур.

Ось, изображенная слева, – ось подходов к созданию кооперативно- интеграционных структур, стратегии формирования и непрерывного развития интеграционных структур (предприятий).

Ось, изображенная справа, – это ось мотивов, которые, как правило, имеют конечный характер и могут быть удовлетворены совместными усилиями науки, производства, государства.

В связи с тем, что предприятия III сферы АПК являются диверсифицированными, нами выделены ключевые факторы успеха (КФУ) – наборов технологических параметров и ресурсов, играющих решающую роль в достижении стратегических целей предприятия. Таким образом, представляется возможным предложить следующий перечень КФУ:

1. Максимально возможная загрузка мощностей предприятия – КФУ¹;
2. Высокое качество продукции среди предприятий-производителей аналогичной продукции – КФУ²;
3. Внедрение современных технологий переработки сельскохозяйственного сырья – КФУ³;
4. Повышение гибкости производства (уменьшение времени освоения и запуска в производство новых продуктов) – КФУ⁴;
5. Низкий (по сравнению с основными конкурентами) уровень издержек – КФУ⁵;
6. Диверсификация производства (распределение рисков, увеличение доли инновационной продукции в общем объеме произведенной) – КФУ⁶;
7. Качество научных исследований (количество патентов, ноу-хау, наличие уникальных технологий) – КФУ⁷;
8. Квалификация сотрудников (качественный состав персонала и динамика его изменения; объем средств на переподготовку сотрудников) – КФУ⁸.

По результатам оценки к наиболее важным бизнес-процессам могут быть отнесены следующие: технологическая проработка нового продукта, техническое обеспечение производства, стратегическое планирование и управление качеством. После определения важности процесса оценивается уровень его проблемности. Например, нами были определены такие бизнес-процессы, как технологическая проработка нового продукта, модернизация производства, маркетинг, стратегическое планирование, финансы.

Наибольший индекс приоритетности получили такие крупные преобразования, как переход к выпуску новой продукции, замена производственного оборудования, выход на новый рынок и др., которые носят эволюционный характер и требуют развития сырьевых зон с целью увеличения качества закупаемого сырья; совершенствования производственных и управленческих процессов; формирования сбытовых структур и пр.

Таким образом, важной составляющей стратегии изменений на предприятии является коэволюционный путь, который заключается в улучшении использования имеющихся ресурсов, снижении издержек и выявлении синергического эффекта. Как показывает анализ, использование коэволюционно-синергического принципа комплексной технологической оптимизации предприятий АПК позволит повысить их конкурентоспособность и жизнеспособность в рыночных условиях.

Исследования подтверждают, что такой комплексный подход к функционированию АПК, основанный на использовании принципов стратегического развития, формировании системы приоритетных целей, разработке и совершенствовании системы бизнес-процессов позволит сегодня обеспечить устойчивое развитие национального аграрного комплекса.

В рамках коэволюционного развития перспективными направлениями функционирования перерабатывающей промышленности являются следующие: повышение экономической эффективности; развитие производственного потенциала; создание интегрированных формирований, позволяющих учесть экономические интересы всех заинтересованных субъектов (сельскохозяйственных производителей, предприятий перерабатывающей промышленности, торговых посредников и потребителей).

В фирменной торговле процесс коэволюции целесообразно рассматривать как движение по спирали вверх с приобретением новых свойств и качеств, предоставляющих конкретные осязаемые преимущества в конкурентной борьбе. Связующая роль фирменной торговли проявляется в возможности объединения усилий и затрат розничной торговли и товаропроизводителей с целью повышения эффективности сбытовых и торгово-розничных мероприятий.

Для повышения объемов производства, роста товарного ассортимента и улучшения качества торгового обслуживания целесообразно применить механизм экономических взаимоотношений через опережающие инвестиции в перерабатывающую отрасль. Вместе с тем одним из приоритетов развития перерабатывающей промышленности республики должна стать активизация интеграционных процессов. Перспективность создания интегрированных формирований прослеживается в возможности перерастания этих структур в крупные конкурентоспособные и экспортно-ориентированные корпорации с выходом на международный уровень и привлечением в отрасль АПК иностранного капитала.

Структурно-логическая модель непрерывного коэволюционного развития перерабатывающей промышленности позволит постепенно реструктуризировать протекающие процессы интеграции из «принудительных» в «само собой разумеющиеся», т.е. неосознанно-принудительные. При этом предел развития у интегрированного формирования становится значительно выше, из чего следует, что в новой системе необходимо более основательно рассмотреть ее будущие перспективы, а также обеспечить начальным этапам развития интегрированной структуры «тепличные условия», поскольку на этом этапе система требует инвестиций и почти ничего не дает взамен. Начинать развитие нового интегрированного формирования лучше еще до того, как предприятие исчерпало свои возможности, тогда общее развитие будет выглядеть неуклонно и стабильно.

Таким образом, выявление и разработка четких, научно обоснованных мер в отношении перерабатывающих отраслей как индикатора коэволюционного развития национального АПК позволит создать эффективный механизм функционирования кооперативно-интеграционных структур, формирование которых должно стать мощным стимулом выполнения Государственной программы возрождения и развития села на 2005–2010 годы.

Литература

1. Г у с а к о в В. Г., С у б о ч Ф. И. Стратегия коэволюционного развития предприятий перерабатывающей промышленности и сельскохозяйственных товаропроизводителей АПК // Весці НАН Беларусі. Сер. аграр. навук. 2006. № 4. С. 9–12.
2. С у б о ч Ф. И., П и л и п у к А. В. Аспекты развития мясо-молочной промышленности в интеграционной системе с позиций маркетинговой стратегии // Весці НАН Беларусі. Сер. аграр. навук. 2006. № 3. С. 17–25.
3. Н и к и ш и н В. В. Маркетинг розничной торговли. Теория и методология. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2003.
4. П е р е к а л и н а Н. С. Исторические корни российской модели маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. 1998. № 2. С. 3–14.
5. В и н с к и й М. «Кока-кола» – напиток радости // Экономика и Жизнь – Сибирь. [Электронный ресурс]. 2004. 17 ноября. Режим доступа: <http://www.ecolife.krsk.ru/content.asp?id=4415>. Дата доступа: 12.08.2006.
6. В а с и л ь ч е н к о Н., Г л у м с к о в а Е., С е к е р и н В. Формирование промышленных кластеров // Маркетинг. 2006. № 5. С. 3–17.
7. Организационно-экономический механизм образования и функционирования продуктовых агропромышленных формирований / В. И. Бельский [и др.]; Под ред. В. Г. Гусакова. Минск: Центр аграрной экономики Института экономики НАН Беларусі, 2006.

8. Субоч Ф. И., Пилипук А. В. Место и роль фирменной торговли в процессе интеграции молочнопродуктового подкомплекса Минской области // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси. Минск: Центр аграрной экономики Института экономики НАН Беларуси, 2006. С. 329–346.

9. Лесных В., Попов Е. Козволюционная стратегия интеграции ОПК в народное хозяйство // Экономические стратегии. 2006. № 4. С. 45–51.

F. I. SUBOCH, A. V. PILIPUK

**SOCIAL-ECONOMIC PREREQUISITES FOR BECOMING THE COEVOLUTIONAL DEVELOPMENT
OF AGROINDUSTRIAL COMPLEX ENTERPRISES**

Summary

In the article the social-economic prerequisites for becoming forward coevolutional development of agroindustrial complex enterprises are revealed. The priorities of investment policy and economic relationship mechanism of the integration process participants, as one of the directions of the coevolutional development are defined. The role of firm trade in the economic activity of agroindustrial enterprises and its development under the strengthening of the competitiveness at the food market is described. The logical model of processing industry development on the basis of the cooperative-integration relations is covered. The key factors of success that play central role in reaching the strategic purposes of an enterprise are selected