

Сельские территории: современное состояние и моделирование перспектив развития

© 2009 Ж.В. Горностаева

кандидат экономических наук, доцент

Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса,
г. Волгоград

© 2009 Т.А. Забазнова

кандидат экономических наук, доцент

Себряковский филиал

Волгоградского государственного архитектурно-строительного университета

© 2009 И.В. Кундрат

Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса,
г. Волгоград

В статье рассматриваются вопросы перспективного развития сельских территорий. При этом авторы анализируют различия между понятиями “бизнес-среда” и “предпринимательская среда”. Исследуется процесс формирования стратегических альтернатив развития сельских территорий.

Ключевые слова: сельские территории, стратегические альтернативы развития, бизнес-среда, предпринимательская среда.

Бизнес-среда представляет собой совокупность факторов, способствующих развитию бизнеса, определяющими среди которых являются государственное и бюрократическое регулирование, инвестиции, коррупция, налоговое бремя, законодательное регулирование, права собственности и доступ к финансовым ресурсам. Бизнес-среду предприятия принято подразделять на внутреннюю и внешнюю. Предпринимательская среда - это совокупность условий и факторов, влияющих на развитие субъектов предпринимательской деятельности, их деловую жизнь, на потребителей и социально-инфраструктурную обустроенность соответствующих территорий и требующих принятия решений, направленных либо на их устранение, либо на приспособление к ним. Предпринимательская среда аграрного бизнеса может рассматриваться и как определенная система исторических, природных, географических, демографических, духовных, политических, экономических и социальных характеристик, свойственных конкретной сельской территории и воздействующих на предпринимательскую деятельность в ее границах.

Агробизнес представляет собой предпринимательскую деятельность в сфере производства, переработки, реализации сельскохозяйственной продукции, а также оказания других услуг, связанных с сельскохозяйственным производством. Основная сложность предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве связана с пере-

плетением экономических и природно-климатических начал воспроизводства. В связи с этим замедлен кругооборот и оборот капитала, а следовательно, ниже годовая норма рентабельности и отдача авансированного капитала, выручка от реализации сельскохозяйственной продукции.

Представим структуру предпринимательской среды агробизнеса (рис. 1).

Внутренней предпринимательской средой называются ситуационные факторы внутри самой фирмы. Внутренние факторы являются в основном результатом управленческих решений, но не все могут контролироваться с помощью управленческих решений. К внутренним факторам относят: цели, структуру, технологию и людей. Под внешней предпринимательской средой понимаются все условия и факторы, возникающие в окружающей среде, независимо от деятельности конкретной фирмы, но оказывающие или могущие оказать на нее значительное влияние и поэтому требующие управленческих решений.

В процессе рассмотрения инструментария исследования предпринимательской среды необходимо обратить особое внимание на тот факт, что под предпринимательской средой следует понимать совокупность внешних и внутренних условий ведения предпринимательской деятельности, которые могут отличаться в зависимости от отраслевых особенностей, а также в зависимости от специфических характеристик личности пред-



Рис. 1. Структура предпринимательской среды агробизнеса

принимателя. Также следует понимать, что любая бизнес-среда существует сразу в нескольких измерениях, поэтому при исследовании бизнес-среды следует изначально определить параметры такого исследования. В частности, это касается пространственно-временных характеристик исследования.

Бизнес-среда может быть исследована в статичном состоянии. В этом случае предприниматель получает лишь “мгновенный снимок” рыночной ситуации, без выявления динамики изменения событий в предпринимательской среде. В этом контексте следует разделить понятия “рынок” и “предпринимательская среда”. Под рынком следует понимать более обширное пространство присутствия компании, в то время как понимание термина “бизнес-среда” схоже с толкованием понятия “зона хозяйствования”. Это сегмент рынка, на котором функционирует данный экономический агент, данная бизнес-единица, та часть внешней среды, которая представляет для данной компании в контексте исследования внешней среды наибольший интерес. Это сегмент рыночного присутствия компании. Таким образом, можно сформировать следующую иерархию понятий по отношению к термину “предпринимательская среда”:

Рынок - это совокупность отношений между бизнес-единицами, основанных на принципах конкуренции между ними. Предпринимательская среда и бизнес - синонимичные понятия.

Внешняя среда - это совокупность экономических агентов, с которыми взаимодействует данная бизнес-единица. Внешняя среда представляет собой рынок, на котором функционирует бизнес-единица, за исключением самой бизнес-единицы.

Внутренняя среда - это множество элементов, из которых состоит данная бизнес-единица. Совокупность внешней и внутренней среды бизнес-единицы образует рынок (в контексте данной иерархии).

Зона хозяйствования - это сегмент, часть рынка, которая представляет для данной бизнес-единицы зону ее непосредственного функционирования. Ее следует отличать от “стратегической зоны хозяйствования” (СЗХ), являющейся отдельным сегментом окружения бизнес-единицы, на который она имеет или хочет получить выход.

Таким образом, представленная иерархия понятий может быть графически отображена следующим образом (рис. 2).

Сложность представленных на рисунке отношений между бизнес-единицами, внешней предпринимательской средой в рамках рыночного взаимодействия приводит к усложнению методологического инструментария ее исследования. В частности, как уже упоминалось, проблемным участком выступает исследование предпринимательской среды в пространственно-вре-

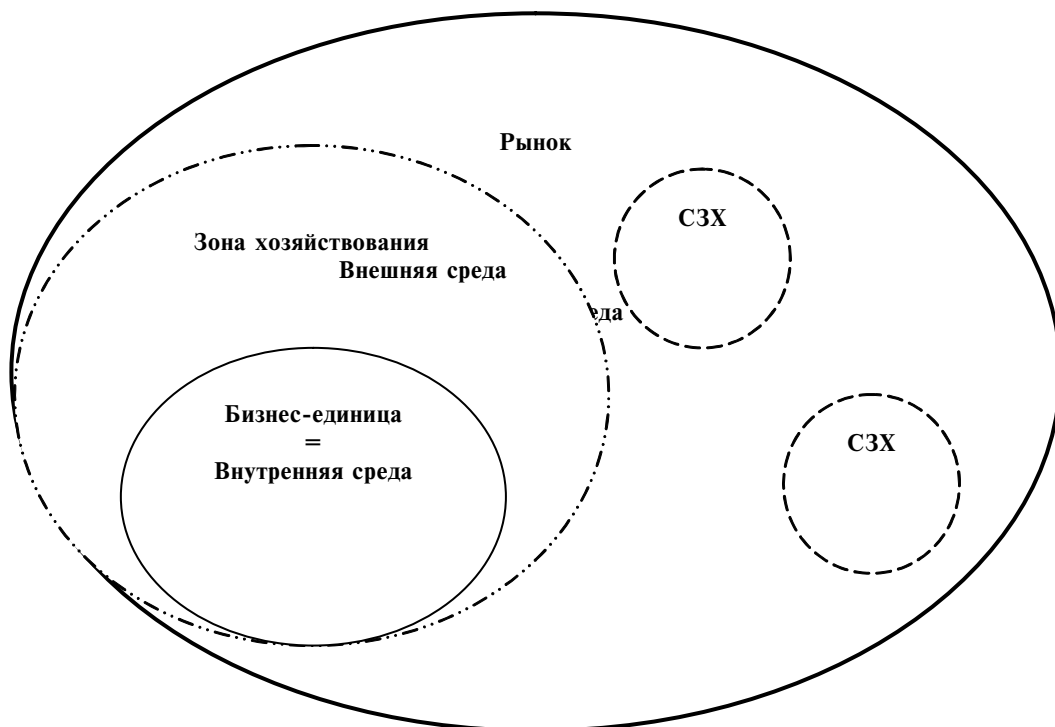


Рис. 2. Соотношение внешней и внутренней среды бизнес-единиц, зон хозяйствования и СЗХ в рамках рыночных отношений

		←—————→									
		Силы					Слабости				
		S(5)	S(4)	S(3)	S(2)	S(1)	W(1)	W(2)	W(3)	W(4)	W(5)
Возможности	O(5)										
	O(4)										
	O(3)										
	O(2)										
	O(1)										
Угрозы	T(1)										
	T(2)										
	T(3)										
	T(4)										
	T(5)										

Рис. 3. Матрица SWOT-анализа

менном аспекте, т.е. соотношение качественного анализа рыночного пространства с учетом временной динамики показателей.

SWOT-анализ сильных и слабых сторон территории позволяет оценить реальные возможности сельхозпредприятий, расположенных на территории сельского административного района. Технологически SWOT-анализ - основной инструмент в планировании. Результаты SWOT-анализа суть структурированная по подсистемам информация, способствующая выявлению сильных и слабых сторон территории, определению

потенциальных возможностей и угроз. Применение SWOT-анализа позволяет систематизировать всю имеющуюся информацию и принимать взвешенные решения, касающиеся развития бизнеса, поскольку основной целью проведения SWOT-анализа является создание структурированной информации в рамках единой SWOT-модели (рис. 3).

Цель построения SWOT-матрицы состоит в том, чтобы сфокусировать внимание на построении четырех групп различных стратегий. Каждая группа стратегий использует определенную

парную комбинацию внутренних и внешних факторов.

Для России особую значимость в последние годы приобрели проблемы социально-экономического развития сельских территорий, являющиеся однотипными для подавляющего большинства регионов страны. Это, прежде всего, снижение качества жизни в сельской местности, высокий уровень безработицы, низкие доходы и расширение масштабов бедности сельского населения, ухудшение демографической ситуации и пр. В данной связи крайне важна выработка мер экономического воздействия органами управления различного уровня для решения указанных проблем, характерных и для многих других стран, в том числе и развитых.

Каждая территория представлена набором выгод, в виде предложения. В предложение включены нужды территориальных образований, поэтому оно рассматривается как совокупность продукции и услуг (со своими характеристиками), как комплекс преимуществ, которые территориальное образование может предложить своим потребителям. Предложение территориального образования должно, кроме того, отличаться запасом конкурентоспособности, включая поддержку местного самоуправления - наличием службы по работе с клиентами, финансовым пакетом, послепродажным обслуживанием.

Применение системного анализа позволит раскрыть сущность и специфику изучаемого объекта, т.е. присущие этому целому системные

качества; состав, количественную и качественную характеристики его элементов; структуру - внутреннюю организацию и взаимосвязь элементов, установив при этом причины их взаимодействия; функции элементов и их влияние на функции целого; интеграционные факторы, обеспечивающие целостность системы, ее совершенствование и развитие.

Модель включает три уровня экономики: макро- (страна), мезо- (сельские территории и регионы) и микро- (предприятия). Мезоуровень авторы подразделили на сельскую территорию (комплекс отраслей) и регионы (территориально-отраслевые комплексы) в связи с масштабами страны и большим разнообразием условий агрохозяйствования. Взаимообусловленность системы, подсистем и элементов диктует логику анализа от макро- к микроуровню. Для этого поместили ромбы конкурентоспособности страны, сельских территорий, региональных подкомплексов и "квадрат" предприятия друг в друга для последовательного анализа влияния его вершин (векторов) на производственную деятельность предприятия (рис. 4).

Таким образом, исследование влияния вышеназванных векторов на конкурентоспособность предприятия может выявить механизм взаимовлияния макро- и мезоуровней на микроуровень по четырем направлениям:

1) влияние базовых и специальных факторов конкурентоспособности на специфические (внутреннюю среду предприятия);

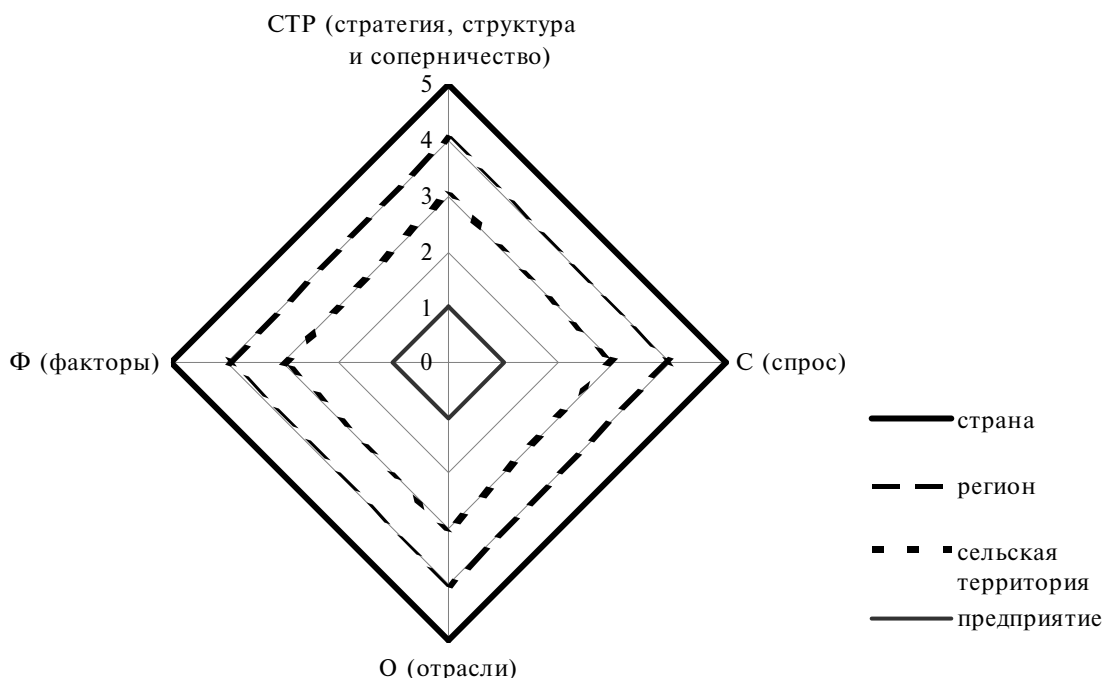


Рис. 4. Модель системного анализа конкурентоспособности АПК

2) влияние количественного и качественного состояния родственных и поддерживающих отраслей на конкурентоспособность товаропроизводителей, проживающих в разных регионально-отраслевых и технико-технологических условиях;

3) взаимодействие спросов: общего, регионального и местного, влияющих на стратегию конкретного товаропроизводителя;

4) специфика влияния форм собственности, форм хозяйствования, их структуры и соперничества (с учетом региональных особенностей) на стратегию предпринимательских структур.

Сущность принятия стратегического решения состоит в том, что руководитель предприятия должен выбрать определенную стратегию его развития. Однако для этого необходимо сформировать несколько различных вариантов стратегий, т.е. портфель стратегических альтернатив.

В общем смысле альтернативы представляют собой средства, при помощи которых можно достичь поставленной цели, решить проблему или реализовать возможность. Альтернативы, как правило, включают возможности, используемые для формирования будущей стратегической направленности.

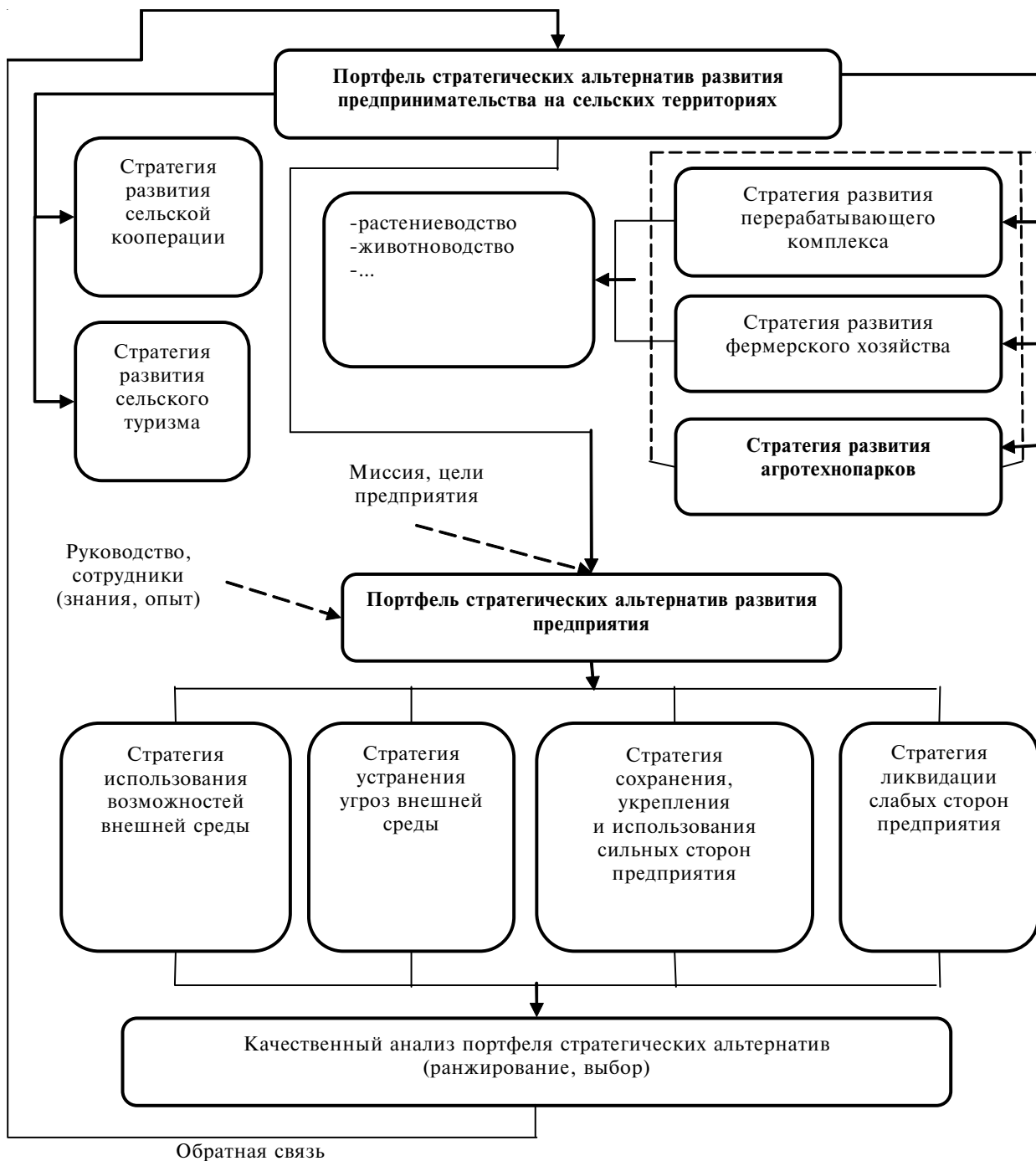


Рис. 5. Формирование портфеля стратегических альтернатив

Портфель стратегических альтернатив

Портфель альтернативных стратегий	
Стратегии	Цели
1. Стратегия использования возможностей	
Альтернативная стратегия 1.1 Альтернативная стратегия 1.2 Альтернативная стратегия 1.3	Использование возможностей внешней среды
2. Стратегия устранения угроз	
Альтернативная стратегия 2.1 Альтернативная стратегия 2.2 Альтернативная стратегия 2.3	Предотвращение угроз внешней среды
3. Стратегия сохранения, укрепления и использования сильных сторон	
Альтернативная стратегия 3.1 Альтернативная стратегия 3.2 Альтернативная стратегия 3.3	Сохранение, укрепление и использование сильных сторон предприятия
4. Стратегия ликвидации слабых сторон	
Альтернативная стратегия 4.1 Альтернативная стратегия 4.2 Альтернативная стратегия 4.3	Ликвидация слабых сторон предприятия

ти организации. Под стратегическими необходимо понимать альтернативы, обладающие следующими характеристиками:

- 1) они относятся к выборам действий, связанным со стратегией на рынке;
- 2) они очень важны для организации;
- 3) исход выбора вариантов неопределенный;
- 4) для разработки альтернативы требуется время.

Для разработки стратегических альтернатив развития предпринимательства в сельских территориях целесообразно использовать модель, с помощью которой рассматриваются альтернативные позиции предприятий в отрасли относительно конечного потребителя и других предприятий отрасли. За основу построения модели принимается полный цикл создания и передачи конечной ценности конечному потребителю отрасли.

Если стратегическое управление предприятием представить в виде глобальной системы управления деятельностью предприятия, направленной на долгосрочную перспективу, то каждый из этапов процесса стратегического управления также можно представить как некую систему, непосредственно связанную с предыдущими и последующими этапами. Процесс формирования портфеля стратегических альтернатив показан в виде системы (рис. 5).

Как видно из рисунка, процесс формирования портфеля стратегических альтернатив включает в себя следующие пять подэтапов:

- 1) формирование альтернатив использования возможностей;
- 2) формирование альтернатив устранения угроз внешней среды;
- 3) формирование альтернатив сохранения и использования сильных сторон предприятия;
- 4) формирование альтернатив устранения слабых сторон предприятия;
- 5) качественный анализ портфеля стратегических альтернатив.

Первые четыре подэтапа направлены непосредственно на разработку и формирование портфеля стратегических альтернатив и являются са-

мой ответственной и трудоемкой работой на данном этапе, а пятый подэтап заключительный, он представляет собой оценку сформированного портфеля. Формирование стратегических альтернатив основывается на результатах предыдущего этапа и проводится параллельно по каждому направлению. Вход, факторы и механизмы выполнения процесса одинаковы для каждого из первых четырех подэтапов: входом является выход предыдущего этапа стратегического управления, т.е. дерево целей предприятия и его миссия. При этом от всех остальных результатов предыдущих этапов стратегического управления необходимо абстрагироваться-руководствоваться только поставленными целями, а результаты стратегического анализа при этом затрагиваться не должны. Лишь в этом случае сформированный портфель будет максимально полным.

Непосредственное влияние на формирование портфеля стратегических альтернатив оказывают только параметры (факторы) внутренней среды предприятия, а именно знания и опыт руководства и сотрудников предприятия (механизмы), способности которых реализуются при формировании альтернативных стратегий. Чем ниже уровень этих факторов, тем ниже качество портфеля альтернатив. В разработке альтернативных стратегий, помимо руководства, должны быть задействованы и другие сотрудники предприятия. Только в этом случае портфель альтернативных стратегий будет соответствовать предъявляемым требованиям. Качественный анализ предварительного портфеля, в отличие от первых подэтапов, проводит руководство, которое принимает решение о том, будет ли он окончательным или же подлежит доработке.

Результатом этапа разработки стратегических альтернатив должен стать окончательно сформированный и отвечающий предъявляемым требованиям портфель стратегических альтернатив, который целесообразно представлять в виде таблицы, позволяющей наглядно отобразить возможные пути достижения поставленных перед предприятием целей.