



УДК 339.138(075.8)

А.В. Мартьянычев, Н.В. Оболенский, В.П. Агафонов
A.V. Martyanchev, N.V. Obolenskiy, V.P. Agafonov

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
 БИЗНЕСА В ПИВОВАРЕННОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ**

**THE STRATEGY OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS DEVELOPMENT
 IN THE BREWING INDUSTRY OF RUSSIA**

Ключевые слова: пивоваренная отрасль, производство пива, бренд, национальные традиции, малые и средние предприятия, тенденции формирования конкурентного пространства, инновации.

Процессы глобализации, стремительно меняющие картину мира, вновь актуализуют вопросы стратегий производства и государственного регулирования работы социально значимых отраслей промышленности. Пивоваренная отрасль является таковой. Поэтому решение научной проблемы, связанной с разработкой стратегии развития малого и среднего бизнеса одной из значимых социально значимых отраслей промышленности, а также разработка методических и практических рекомендаций по развитию и совершенствованию реализации её продукции весьма актуальны, что обуславливает необходимость организации в системе АПК устойчивого производства основного сырья для пивоваренной промышленности – пивоваренного ячменя и хмеля, а также организации объединений пивоваренных заводов и производителей пивоваренного сырья. Практическая значимость исследования заключается в теоретическом, методическом и методологическом обосновании стратегии развития малого и среднего бизнеса в пивоваренной отрасли России. Предложенные методические и практические рекомендации могут использоваться для разработки отраслевых программ развития и рационального планирования государственных и частных инвестиций. Кроме того, полученные результаты используются в учебном процессе ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный инженерно-экономический институт» при чтении лекций для студентов экономического факультета, в программах повышения квалификации работников Агропромышленного комплекса Нижегородской области на темы: «Тенденции формирования конкурентного пространства в пивоваренной отрасли», «Процессы становления стратегического менеджмента в пивоваренной отрасли», «Методология построения процесса стратегического управления малого и среднего бизнеса в пивоваренной отрасли»,

«Тестирование социально-экономической концепции развития местного пивоварения» и «Экономика и организация сырьевой базы пивоваренной промышленности».

Keywords: brewing industry, brewing, brand, national traditions; small and medium enterprises, competitive space formation tendencies, innovations.

The globalization processes rapidly changing the world view make the issues of the production strategies and state regulation of socially important industries. Those include the brewing industry. The solution of the scientific problem related to the development strategy of small and medium businesses of socially important industries, as well as the development of methodic and practical recommendations on the development and improvement of the sales is very topical. That determines the need for the organization within the agricultural industry stable production of the main raw material for the brewing industry – brewing barley and hops, as well as the organization of the associations of breweries and producers of brewing raw materials. The practical importance of the research consists in theoretical, methodic and methodological substantiation of the development strategy of small and medium businesses in the brewing industry of Russia. The proposed recommendations may be used for the development of industry development programs and rational planning of the state and private investments. The obtained results are used in the educational process of the Nizhniy Novgorod State Engineering-Economic Institute" and professional development in the following courses: "The tendencies of competitive space formation in the brewing industry"; "The processes of strategic management development in the brewing industry"; "The methodology of establishing strategic management of small and medium business in the brewing industry"; "Testing of the social and economic concept of the local brewing industry development" and "The economics and organization of raw-material supply of the brewing industry".

Мартьянычев Александр Владимирович, к.с.-х.н., декан инженерного фак-та, доцент, каф. «Основы сельского хозяйства, химии и экологии», Нижегородский государственный инженерно-экономический университет. E-mail: mav59@list.ru.

Оболенский Николай Васильевич, д.т.н., проф., зам. декана инженерного фак-та по научной работе, Нижегородский государственный инженерно-экономический университет. E-mail: obolenskinv@mail.ru.

Агафонов Валерий Павлович, к.э.н., доцент, каф. «Экономика и статистика», Нижегородский государственный инженерно-экономический университет. E-mail: v-agafonov@list.ru.

Martyanychev Aleksandr Vladimirovich, Cand. Agr. Sci., Assoc. Prof., Dean, Engineering Dept., Nizhny Novgorod State Engineering-Economic University. E-mail: mav59@list.ru.

Obolenskiy Nikolay Vasilyevich, Dr. Tech. Sci., Prof., Nizhny Novgorod State Engineering-Economic University. E-mail: obolenskinv@mail.ru.

Agafonov Valeriy Pavlovich, Cand. Econ. Sci., Assoc. Prof., Nizhny Novgorod State Engineering-Economic University. E-mail: v-agafonov@list.ru.

Введение

Транснациональные компании, приходя на региональный рынок, предпочитают покупать местное производство, затем его модернизировать и проводить небольшой ребрендинг местных брендов. Ярким примером могут служить действия ОАО «Объединенные Пивоварни Хейнекен» с покупкой и дальнейшим развитием нижегородской компании ОАО «Волга». Стратегия таких компаний заключается в том, что помимо местных брендов они выпускают на местных заводах еще и национальные бренды, известные во всей стране. Выпускаемый продукт этих компаний рассчитан на массового потребителя со средним и низким уровнями дохода, цены на пиво минимальны, а в маркетинговом бюджете есть отдельная статья на продвижение брендов. В целом, все транснациональные компании имеют следующие общие характеристики: высокий уровень используемых технологий, правильно построенные логистические схемы и грамотная маркетинговая политика.

Цель исследования – решение научной проблемы, связанной с разработкой стратегии развития малого и среднего бизнеса в пивоваренной отрасли России. А также разработка методических и практических рекомендаций по развитию и совершенствованию реализации её продукции.

Теоретическую, методологическую и методическую основу исследования составили труды отечественных [1-4], зарубежных [5] ученых и практиков по проблемам сельскохозяйственной экономики и её инновационного развития, имея в виду, что инновация – это максимально возможное востребование новейших достижений науки и техники для непрерывного повышения качества и конкурентоспособности продукции и принимаемых решений при отсутствии отрицательных воздействий на общество и окружающую среду в процессах, системах и структурах [6, с. 10].

Для обоснования основных положений в диссертационном исследовании использованы следующие методы: **метод экспертных оценок** [7], диалектический метод изучения объективных экономических законов и законо-

мерностей, метод системного и сравнительного анализа, абстрактно-логический метод, монографический метод, экономико-статистический метод, и другие методы научных исследований что позволило обеспечить комплексность исследований.

Информационной базой исследования явились официальные материалы Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, территориальных органов Федеральной службы государственной статистики по республикам Башкортостан, Мордовия, Татарстан и Чувашия, Алтайскому, Краснодарскому и Красноярскому краям, Калужской, Кировской, Иркутской, Московской, Нижегородской, Новосибирской, Омской, Пензенской, Самарской, Саратовской, Свердловской, Томской, Тульской, Тюменской, Ульяновской, Челябинской и Ярославской областям, данные, опубликованные в работах других исследователей, аналитические материалы научно-исследовательских организаций России и других стран, информация, размещенная на официальных сайтах Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, научно-образовательных организаций, занимающихся проблемами развития сельского хозяйства.

Социально-культурный фактор связан с необходимостью снижения алкоголизации населения страны, которая оказывает негативное влияние на демографическую ситуацию, здоровье человека и его генетический потенциал, в конечном итоге – на эффективность экономики страны в целом [8]. Экономический фактор связан с высокой инвестиционной привлекательностью пивопродуктового подкомплекса, заинтересованностью регионов в приходе в них пивоваренного бизнеса, в наличии возможностей для увеличения объемов производства продукции как в сельскохозяйственной (сырьевой) сфере, так и в сфере перерабатывающей промышленности, что обсуждалось на конференциях в Санкт-Петербурге, Тамбове, Нижнем Новгороде, Москве, Кемерово и отражено в авторских публикациях [9-17].

Пивоварение является отраслью агропромышленного комплекса, поэтому развитие малого и среднего бизнеса в пивоваренной отрасли России во многом зависит от организации устойчивого производства основного сырья для пивоваренной промышленности – пивоваренного ячменя и хмеля, что обуславливает необходимость организации объединений пивоваренных заводов и производителей пивоваренного сырья [18].

В результате кризиса вследствие переориентации экономики страны на рыночные отношения и появившихся новых проблем в пивоварении Россия стала активным участником в мировой торговле ячменём. Однако неудовлетворительное финансовое положение сельскохозяйственных предприятий, снижение плодородия почвы вследствие уменьшения внесения удобрений и сокращения химзащиты, а иногда и несоблюдение сроков и качества обработки почвы из-за интенсивного выбытия сельскохозяйственной техники, снижения качества и дефицит семенного материала (семенами элиты и первой репродукции засеивалось не более 5% товарных посевов пивоваренного ячменя, свыше 90% посевов заняты сортами 20-30-летней давности), отсутствие на многих элеваторах и хлебоприёмных пунктах необходимой инфраструктуры по мягкой сушке и хранению пивоваренного ячменя определяют невозможность самостоятельного выхода производителей пивоваренного ячменя из негативной ситуации. Это предполагает необходимость активного привлечения государства к созданию условий по выделению отечественного рынка пивоваренного ячменя и солода в приоритетный и самостоятельный объект государственного регулирования.

Ограниченность у государства финансовых и материальных ресурсов требует привлечение средств частных российских и иностранных инвесторов, концентрации ресурсов на новейших технологиях, адресности их выделения, увязки с конечными результатами, контроля над их целевым использованием. Всем этим требованиям в наибольшей степени отвечает программно-целевой метод решения проблемы.

Поэтому Министерством сельского хозяйства РФ принималась отраслевая программа обеспечения устойчивого производства пивоваренного ячменя солода, предусматривающая 12-кратный рост производства высококачественного пивоваренного ячменя. Кроме того, цель программы «Пивоваренный ячмень и солод» – остановить дальнейшее падение производства пивоваренного ячменя в стране, создать базу устойчивого производства отечественного товарного ячменного зерна высокого качества для пивоваренной промышленности России.

Исходя из этих целей, Программой определялись следующие задачи:

- создать организационно-экономический механизм реализации и самореализации отрасли, основанный на комплексе мер, необходимых для производства высококачественного ячменя и ячменного солода в стране и устойчивого функционирования рынка этих продуктов;
- освоить возделывание пивоваренного ячменя на современной технологической основе;
- сформировать недостающие элементы производственной и рыночно-финансовой инфраструктуры.

Организационный механизм реализации Программы строился на базе существующих обеспечивающих и обслуживающих структур (банки, лизинговые, сбытовые, страховые компании), а также региональных центров технологического сопровождения на основе соглашений, заключаемых с ними производителями – участниками программы.

Материально-техническое обеспечение Программы в части поставки комплексов машин и сельскохозяйственной техники для перехода на энергосберегающие технологии возделывания зерновых культур предполагалось осуществлять через систему госзаказа отечественным предприятиям тракторного и сельскохозяйственного машиностроения в рамках лизингового фонда Минсельхоза России.

Решение вышеназванных задач осталось актуальным и сегодня. В работе [18] представлено видение авторов решение этих задач путём организации:

- устойчивого производства пивоваренного ячменя как сырья для пивоваренной промышленности;
- устойчивого производства хмеля;
- объединений пивоваренных заводов и производителей пивоваренного сырья.

Результаты исследования, обладающие научной новизной

1. Проанализированы, начиная от истории развития пивоваренной отрасли в мире и заканчивая анализом современной ситуации в пивоварении на примере конкретного региона, а затем систематизированы тенденции формирования конкурентного пространства в пивоваренной отрасли на основе изучения отечественного и зарубежного опыта производства пива;

2. Выявлены особенности процессов становления стратегического менеджмента в пивоваренной отрасли, механизмы государственного регулирования пивоваренной отрасли, влияние вступления России в ВТО на рынок пивоваренной продукции и региональные аспекты развития малых и средних предприятий.

3. Разработана методология построения процесса стратегического управления малого и среднего бизнеса в пивоваренной отрасли, включающая стратегический менеджмент, классификацию моделей, управление по целям и стратегию выживания.

4. Протестирована социально-экономическая концепция развития местного пивоварения путём экспертных оценок состояния и перспектив развития отрасли, а также опроса потребителей пива в городах Нижегородской области, на территории которых расположены пивоваренные предприятия.

5. Разработаны модели организации устойчивого производства пивоваренного ячменя как сырья для пивоваренной промышленности, хмеля и организации объединений пивоваренных заводов и производителей пивоваренного сырья для внедрения в АПК.

В ходе анализа использованы самые разнообразные источники информации, включающие: обзор современной литературы по вопросам истории и развития пивоварения; статистические материалы о пивоварении в России, предоставленные ассоциацией пивоварения в России, результаты авторского исследования, проведенного на территории Нижегородской области.

Значимость основных научных результатов исследования заключается в том, что использование разработанных рекомендаций по стратегическому развитию малого и среднего бизнеса с учетом влияния инноваций способствует повышению эффективности работы пивоваренной отрасли и, как следствие, решению проблем построения инфраструктуры внедрения инноваций в сельском хозяйстве региона.

Практическая значимость исследования заключается в теоретическом, методическом и методологическом обосновании стратегии развития малого и среднего бизнеса в пивоваренной отрасли России.

Предложенные методические и практические рекомендации могут использоваться для разработки отраслевых программ развития и рационального планирования государственных и частных инвестиций. Кроме того, полученные результаты используются пивоваренным заводом «Лысковский» и в учебном процессе ФГБОУ ВПО НГИЭИ при чтении лекций для студентов экономического факультета, в программах повышения квалификации работников АПК Нижегородской области.

Заключение

Построение методологий развития малого и среднего бизнеса на примере пивоваренной отрасли является важнейшей народнохозяйственной задачей в современной России, решение которой позволяет разработать модель поддержания конкурентоспособности и

эффективности национального производства в глобализирующемся мире.

Библиографический список

1. Сёмина Л.А., Санду И.С. Развитие инвестиционно-инновационной деятельности в агропромышленном секторе: монография. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2013. – 208 с.
2. Ушачев И.Г. Экономический рост и конкурентоспособность сельского хозяйства Российской Федерации // АПК: экономика и управление. – 2009. – № 3. – С. 12-30.
3. Ходос Д.В., Сидельников А.Г. Механизм стабильного развития АПК региона // Вестник Алтайского ГАУ. – 2008. – № 4. – С. 67-72.
4. Шамин А.Е., Фролова О.А. Экономический механизм регулирования хозяйственных тношений в агропромышленных объединениях // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 33. – С. 20-25.
5. Mensch G. Das tehnologische Patt. Innovationen uberwinden die Depression. Frankfurt am Main: Umschau Verlag, 1975.
6. Инновационные решения проблем АПК России: учебник / под ред. проф. Н.В. Оболенского. – Н. Новгород: НГСХА, 2007. – 352 с.
7. Аверкин М.Г. Коммуникации в системе социального управления (социо-экономический аспект): монография. – Н. Новгород: НИУ РАНХиГС, 2013. – 350 с.
8. Агафонов В.П., Оболенский Н.В. Социально-культурные функции пива // Научный подход к общественному развитию: сб. стат. конф. – М.: ЛПЭИ им. Кейнса, 2014.
9. Агафонов В.П., Оболенский Н.В. Аналитическая оценка рынка пивной продукции // Перспективные направления научных исследований: сб. ст. участников Междунар. науч.-практ. конф. – М.: Научный консультант, 2014. – С. 5-9.
10. Оболенский Н.В., Агафонов В.П. Региональные аспекты развития малых и средних пивоваренных предприятий // Сб. науч. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (30-31 октября 2014 г., г. Санкт-Петербург). – СПб.: КультИнформПресс, 2014. – С. 106-107. www.spbirm.ru.
11. Агафонов В.П., Оболенский Н.В. Региональные особенности развития российских рынков пива // Современные тенденции в образовании и науке: сб. науч. тр. по матер. Междунар. науч.-практ. конф. (28 ноября 2014 г., г. Тамбов). – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2014. – Ч. 5. – С. 20-24
12. Агафонов В.П., Оболенский Н.В. Стратегии выживания малого и среднего пивоваренного бизнеса // Малый бизнес в эпоху экономики знаний. сб. ст. Междунар. науч.-

практ. конф. – М.: Научный консультант, 2014. – С. 14-19.

13. Агафонов В.П., Оболенский Н.В. Стратегии малых и средних пивоваренных предприятий Нижегородской области // Тенденции сельскохозяйственного производства в современной России: сб. XIII Междунар. науч.-практ. конф. (г. Кемерово. 9-12 декабря 2014 г.). – Кемерово: КГСХА, 2014. – Ч. 2 – С. 10-21.

14. Агафонов В.П., Оболенский Н.В. Эффективные рыночные стратегии местных производителей пива // Наука и образование в XXI веке: сб. науч. тр. по матер. Междунар. науч.-практ. конф. (31 октября 2014 г., г. Тамбов). – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2014. – Ч. 4. – С. 8-11.

15. Оболенский Н.В., Агафонов В.П. Особенности использования управления по целям в среде малого пивоваренного бизнеса // Сб. науч. ст. по итогам Всерос. науч.-практ. конф. (4-5 декабря 2014 г., г. Санкт-Петербург). – СПб.: КультИнформПресс, 2014. – С. 176-179.

16. Оболенский Н.В., Агафонов В.П. Результаты маркетингового исследования потребления пива // Сб. науч. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (30-31 октября 2014 г., г. Санкт-Петербург). – СПб.: КультИнформПресс, 2014. – С. 107-110.

17. Оболенский Н.В., Агафонов В.П. Стратегический менеджмент для малого и среднего пивоваренного бизнеса // Сб. науч. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (30-31 октября 2014 г., г. Санкт-Петербург). – СПб.: КультИнформПресс, 2014. – С. 110-115.

18. Оболенский Н.В., Агафонов В.П. Стратегии международного развития малых и средних пивоваренных фирм // Сб. науч. ст. по итогам Всерос. науч.-практ. конф. (4-5 декабря 2014 г., г. Санкт-Петербург). – СПб.: КультИнформПресс, 2014. – С. 179-182.

19. Экономика и организация сырьевой базы пивоваренной промышленности / под ред. проф. И.А. Алтухова. – Н. Новгород: НГСХА, 2009. – 150 с.

References

1. Semina L.A., Sandu I.S. Razvitie investitsionno-innovatsionnoi deyatel'nosti v agropromyshlennom sektore: monografiya. – Barnaul: Izd-vo Alt. un-ta, 2013. – 208 s.

2. Ushachev I.G. Ekonomicheskii rost i konkurentosposobnost' sel'skogo khozyaistva Rossiiskoi Federatsii // APK: ekonomika i upravlenie. – 2009. – № 3. – С. 12-30.

3. Khodos D.V., Sidel'nikov A.G. Mekhanizm stabil'nogo razvitiya APK regiona // Vestnik Altaiskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2008. – № 4. – С. 67-72.

4. Shamin A.E., Frolova O.A. Ekonomicheskii mekhanizm regulirovaniya khozyaistvennykh tnoshenii v agropromyshlennykh ob"edineniyakh // Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika. – 2011. – № 33. – С. 20-25.

5. Mensch G. Das technologische Patt. Innovationen uberwinden die Depression. Frankfurt am Main: Umschau Verlag, 1975.

6. Innovatsionnye resheniya problem APK Rossii: uchebnik / pod. red. prof. N.V. Obolenskogo. – N. Novgorod: NGSKhA, 2007. – 352 s.

7. Averkin M.G. Kommunikatsii v sisteme sotsial'nogo upravleniya (sotsio-ekonomicheskii aspekt): monografiya. – N. Novgorod: NIU RANKhiGS. – 2013. – 350 s.

8. Agafonov V.P., Obolenskii N.V. Sotsial'no-kul'turnye funktsii piva / Sb. stat. konf. «Nauchnyi podkhod k obshchestvennomu razvitiyu». – М.: LPEI im. Keinsa. – 2014.

9. Agafonov V.P., Obolenskii N.V. Analiticheskaya otsenka rynka pivnoi produktsii / Perspektivnye napravleniya nauchnykh issledovaniy. Sb. stat. uchastnikov mezhdunar. nauch.-prakt. konf. – М.: Nauchnyi konsul'tant. – 2014. – С. 5-9.

10. Obolenskii N.V., Agafonov V.P. Regional'nye aspekty razvitiya malykh i srednikh pivovarennykh predpriyatii / Sb. nauch. stat. po itogam mezhdunar. nauch.-prakt. konf. 30-31 oktyabrya 2014 g. Sankt-Peterburg. – SPb.: Kul't InformPress. – 2014. – С. 106-107. www.spbipm.ru.

11. Agafonov V.P., Obolenskii N.V. Regional'nye osobennosti razvitiya rossiiskikh rynkov piva / Sovremennye tendentsii v obrazovanii i nauke: sb. nauch. tr. po mater. mezhdunar. nauch.-prakt. konf. 28 noyabrya 2014: Chast' 5. – Tambov: ООО «Konsaltingovaya kompaniya Yukom», 2014. – С. 20-24.

12. Agafonov V.P., Obolenskii N.V. Strategii vyzhivaniya malogo i srednego pivovarennogo biznesa / Malyi biznes v epokhu ekonomiki znaniy. Sb. stat. mezhdunar. nauch.-prakt. konf. – М.: Nauchnyi konsul'tant, 2014. – С.14-19.

13. Agafonov V.P., Obolenskii N.V. Strategii malykh i srednikh pivovarennykh predpriyatii Nizhegorodskoi oblasti / Tendentsii sel'skokhozyaistvennogo proizvodstva v sovremennoi Rossii. Sb. XIII mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (g. Kemerovo. 9-12 dekabrya 2014 g. Chast' vtoraya. – Kemerovo: KGSKhA, 2014. – С. 10-21.

14. Agafonov V.P., Obolenskii N.V. Effektivnye rynochnye strategii mestnykh proizvoditelei piva / Nauka i obrazovanie v XXI veke: sb. nauch. tr. po mater. mezhdunar. nauch.-prakt. konf. 31 oktyabrya 2014 g.: Chast' 4. – Tambov: ООО «Konsaltingovaya kompaniya Yukom», 2014. – С. 8-11.

15. Obolenskii N.V., Agafonov V.P. Oso-bennosti ispol'zovaniya upravleniya po tselyam v srede malogo pivovarenного бизнеса / Sb. nauch. stat. po itogam Vseros. nauch.-prakt. konf. 4-5 dekabrya 2014 g. Sankt-Peterburg. – SPb.: Kul'tInformPress, 2014. – S. 176-179.

16. Obolenskii N.V., Agafonov V.P. Rezu-l'taty marketingovogo issledovaniya potrebleniya piva / Sb. nauch. stat. po itogam mezhdunar. nauch.-prakt. konf. 30-31 oktyabrya 2014 g. Sankt-Peterburg. – SPb.: Kul'tInformPress, 2014. – S. 107-110.

17. Obolenskii N.V., Agafonov V.P. Strate-gicheskii menedzhment dlya malogo i srednego

pivovarenного бизнеса / Sb. nauch. stat. po itogam mezhdunar. nauch.-prakt. konf. 30-31 oktyabrya 2014 g. Sankt-Peterburg. – SPb.: Kul'tInformPress, 2014. – S.110-115.

18. Obolenskii N.V., Agafonov V.P. Strate-gii mezhdunarodного razvitiya malykh i srednikh pivovarennykh firm / Sb. nauch. stat. po itogam Vseros. nauch.-prakt. konf. 4-5 dekabrya 2014 g. Sankt-Peterburg. – SPb.: Kul't InformPress, 2014. – S.179-182.

19. Ekonomika i organizatsiya syr'evoi bazy pivovarennoi promyshlennosti: pod. red. prof. I.A. Altukhova. – N. Novgorod: NGSKhA, 2009. – 150 s.



УДК 338.431:338.436:334.4.095.5(574)

Т.Т. Каскин
T.T. Kaskin

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЛОКАЛЬНЫХ СБЫТОВЫХ ЗОН АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ ЗАПАДНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

THE METHODS OF FORMING THE SYSTEM OF LOCAL SALES AREAS OF AGRICULTURAL AND FOOD PRODUCTS IN THE WEST KAZAKHSTAN REGION OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Ключевые слова: локальная сбытовая зона, производственно-сбытовая инфраструктура, углубление специализации, кооперация, сценарные условия, модели.

Предложена методика формирования системы локальных сбытовых зон применительно к Западно-Казакхстанской области Республики Казакхстан. К принципам формирования локальной сбытовой зоны отнесены разделение труда, углубление производственной специализации, кооперация и интеграция, кластеризация экономики. В качестве основных участников рассмотрены производители сельскохозяйственной продукции, предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности, оптовой и розничной торговли, конечные потребители. К экономическим методам и механизмам формирования зоны отнесены разделение агро-промышленного производства на основные и вспомогательные бизнес-процессы, выявление основных и дополнительных поставщиков, учет расстояний от поставщиков готовой продукции до мест её потребления или складирования для организации грузоперевозок, обеспечивающий экономии ресурсов при ближних связях, использование процессно-ролевой модели, многовариантный подход к обоснованию параметров развития сбытовой зоны. Центральным звеном системы является маркетинговый центр. Взаимодействие в системе происходит на трех уровнях: «поселение – район», «район – регион (область)», «регион (область) – республика». На каждом из них показана рациональность связей. Разработанный алгоритм построения локальных сбытовых зон региона состоит из 7 этапов: первый – определение цели

построения зоны; второй – оценка основных внешних и внутренних факторов, определяющих состояние и уровень производства продукции на всех этапах технологического процесса; третий – подготовка исходной информации для проведения расчетов; четвертый – разработка сценарных условий формирования структуры участников сбытовой зоны; пятый – расчет прогнозов на основе системы моделей; шестой – обоснование прогнозных сценариев; седьмой – разработка выводов и рекомендаций.

Keywords: local sales area, production and marketing infrastructure, deepening of specialization, cooperation, scenarios, models.

The methodology of forming the system of local sales areas by the example of the West Kazakhstan Region of the Republic of Kazakhstan is proposed. The principles of local sales areas formation are as following: division of labor, deepening of production specialization, cooperation, integration and economy clustering. The main participants are agricultural commodity producers, the enterprises of food and processing industries, wholesale and retail trade companies and final consumers. The economic methods and mechanisms of local sales areas formation are as following: the division of agro-industrial production into the main and auxiliary business processes; identification of the main and additional suppliers, taking into account the distances from the suppliers of a product to the places of its consumption or storage (for the organization of transportation) and resource-saving in case of short distances; the use of the process-role model; and multivariate approach to