

менялись значительно больше, чем в горной и низменной зонах РД.

Нами отмечены по годам значительные колебания в использовании отдельных групп пестицидов на единицу площади. Так, сера и ее препараты в 1984 году применялись в среднем 33,0 кг/га; в 1986г.- 28,4кг; 1991 -4,0кг; 1993 г. – 1,67кг; 2003 – 1,4кг. Расход карбаматов в эти годы соответственно составляли 5,85; 8,10; 0,52; 0,04 и 0,03 кг/га.

Из приведенных данных видно, что пестицидная нагрузка на агроценозы за последние 20 лет постепенно снижалась. Это объясняется тем, что ставится задача регулирования агроценозов с учетом не только прямого воздействия пестицидов на вредные объекты, но и косвенного их действия на все составляющие агроценоза и отдаленных последствий.

В ассортименте препаратов появляются вещества не только истребительного действия, но и регуляторного действия - пестистатики, такие как феромоны, ювеноиды и др.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АГРАРНОЙ СФЕРЫ

Банникова Н.В.

*Ставропольский государственный аграрный университет,
Ставрополь*

Перестройка системы экономических отношений в нашей стране закономерно пробудила интерес к вопросам стратегического планирования, которое занимает центральное место в системе планирования предпринимательского типа.

Истоки методов стратегического планирования находятся в далеком прошлом. В определенной степени - это концентрированный опыт всего человечества, его знаний и умений предвидеть будущее, противодействовать негативным тенденциям во внешнем окружении, использовать благоприятные возможности. Более того, сегодня стратегическое планирование означает способность организации формировать свое будущее.

В современной экономической литературе можно встретить различные трактовки самого понятия стратегического планирования. Большинство исследователей по данной проблеме сходятся на том, что стратегическое планирование это:

- создание плана по выполнению миссии предприятия;
- процесс определения долгосрочных целей, разработки стратегии достижения этих целей и распределения ресурсов согласно стратегии;
- перспективное планирование реакции организации на изменение внешней среды.

Следует отметить, что рассмотренные определения, в целом верные для условий развитых стран, должны быть уточнены с учетом специфики современного этапа развития российской экономики, и особенно аграрной ее сферы.

Античный философ Аристотель определял миссию как «то, ради чего нечто существует», и получение

прибыли, как одна из важнейших целей развития отдельных предприятий и экономики в целом, не является здесь единственной. Стратегические цели организаций должны включать в себя общественные цели, коррелировать с ними. С этой точки зрения миссия - это своеобразная философская, социальная установка организации. Официально провозглашенная миссия обуславливает необходимость и законность существования данного предприятия, его необходимость и полезность для различных групп граждан.

Полезность и необходимость существования сельскохозяйственных предприятий не вызывает сомнения, однако экономическая ситуация все последнее десятилетие складывалась для них не лучшим образом, что серьезно затрудняло выполнение их основной миссии. Отсутствие защиты и поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей со стороны государства, что является необходимым условием их нормального функционирования и развития, привело к изменению ориентации организаций аграрной сферы. Вместо выполнения общественных целей они вынуждены следовать целям выживания и поддержки жителей данной местности. Такая трансформированная миссия затрудняет выработку адекватной стратегии развития предприятий, ведет к преобладанию в управлении ответных реакций над опережающими действиями, снижает роль планирования. Таким образом, по нашему мнению, в современных условиях следует вести речь не столько об определении миссии в стратегическом планировании на предприятии агробизнеса, сколько о разработке комплекса достижимых целей.

Для большинства крупных и средних предприятий аграрной сферы в настоящее время этот комплекс будет достаточно однотипным. По нашему мнению, это будут, прежде всего, следующие цели:

- укрепление финансового положения предприятия;
- восстановление и наращивание производственного потенциала;
- повышение эффективности использования производственных ресурсов;
- оптимизация сочетания отраслей;
- решение социальных проблем коллектива и местного населения.

Второе определение стратегического планирования переносит акцент на разработку стратегии достижения намеченных целей, а также расчета потребности в необходимых для этого ресурсах. В специальной литературе можно найти широкий перечень различных стратегических альтернатив. Это стратегии дифференциации, фокусирования, роста, стабильности, сокращения, ликвидации, выживания, лидерства, разворота, отделения, преимущества в издержках и т.д.

Как показывает анализ, разнообразие стратегических альтернатив связано в первую очередь с возможностями поведения компании на целевых рынках. Для предприятий агробизнеса выбор стратегий в области маркетинга ограничен в силу целого ряда отраслевых особенностей: стандартного характера товаров, низкого уровня эластичности между динамикой доходов потребителей, ценой и спросом на сельскохозяйст-

венную продукцию; высокой конкуренцией сельхозтоваропроизводителей при монопольном положении предприятий переработки и т.д.

Если же речь идет о базовой стратегии, то для большинства сельскохозяйственных предприятий в нынешних условиях необходима стратегия выхода из трансформационного кризиса в фазу экономического роста и развития на основе формирования мощного ресурсного потенциала. Альтернативность в данном случае будет касаться тех или иных отраслей, направлений деятельности предприятия.

С точки зрения необходимости расчета потребности в ресурсах в процессе стратегического планирования существуют также определенные препятствия, к которым относятся неточность прогноза изменения цен на сельскохозяйственную продукцию и средства производства, утрата базы, необходимой для применения нормативно-ресурсного метода планирования в ряде хозяйств, неустойчивое финансирование предприятий аграрной сферы.

Указанные особенности повышают степень неопределенности прогнозируемой хозяйственной среды и требуют более высокой гибкости планирования.

Третье определение подразумевает планирование реакций организации на возможные изменения внешней среды. Этот процесс требует, прежде всего, внимательного изучения составляющих внешней среды и прогнозирования их изменений. Из факторов внешней среды для сельскохозяйственного предприятия наибольшего внимания заслуживают следующие: аграрная политика страны; кредитная, налоговая и инвестиционная политика государства; паритет цен на продукты сельского хозяйства и промышленности; уровень доходов населения; природные условия. Учитывая специфические особенности аграрной сферы, можно сделать вывод, что первоочередное значение для развития любого сельскохозяйственного предприятия в группе внешних факторов имеет государственная поддержка, рыночная ситуация в части ценового паритета, природные условия данной местности.

Следует также отметить, что существует противоречие между определенной гомогенностью значимых факторов внешней среды и широким разнообразием внутренней среды различных сельскохозяйственных предприятий в рамках одной природно-климатической зоны. Разрешение этого противоречия в процессе стратегического планирования состоит, по

нашему мнению, в необходимости разработки стратегии развития аграрного сектора на макро- и мезо-уровнях, что создаст более четкие ориентиры для сельхозтоваропроизводителей и сформирует предпосылки для построения системы стратегического управления на микроуровне.

Создание стратегии, как известно, является творческим процессом, и тем не менее полезным подспорьем в деле становления планирования на различных уровнях хозяйствования была бы разработка специальных регламентов подготовки, утверждения и изменения стратегического плана, адаптированных к условиям аграрной сферы. В регламенте следовало бы определить структуру стратегического плана, состав целевых показателей на различных уровнях планирования, формы отдельных документов, показатели сбалансированности функциональных стратегий, порядок увязки целей стратегического и краткосрочных, оперативных планов, систему контроля выполнения и корректировки планов.

СОЗДАНИЕ АДАПТИВНОЙ ИМИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ СИСТЕМЫ КОНСОЛИДАЦИИ

Белоусов Н.В.

*«МАТИ» – Российский государственный
технологический университет
им. К. Э. Циолковского,
Москва*

В настоящее время крупные организации испытывают серьезные трудности с консолидацией бухгалтерской информации. Наиболее остро эта проблема стоит на предприятиях с разветвленной сетью филиалов. Сложность её состоит в том, что такие предприятия обладают территориально распределённой структурой, в которой ведётся децентрализованный бухгалтерский учёт с консолидацией данных в головном офисе. Соответственно основная работа заключается в получении от каждого филиала необходимой информации и дальнейшем ее анализе, обработке и сведении в соответствующие документы по всему предприятию в целом. Для решения вышеуказанной проблемы нами была предложена адаптивная имитационная модель [1, 2] системы консолидации для предприятий с разветвленной сетью филиалов (рис. 1)