

УДК 631.1

МОНИТОРИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ РЕСУРСОВ АПК УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ю.Г Храмов, к.э.н., доцент, Ульяновская ГСХА

Бизнес-деятельность предприятий АПК связана прежде всего с двумя направлениями ресурсообеспечения: а) наличие, производство и обеспечение ресурсами собственного производства (земля, корма, семена, молодняк животных и др.); б) приобретение ресурсов на стороне – техника, оборудование, запасные части, стройматериалы, горюче-смазочные материалы и др.

Ресурсы собственного производства – корма, молодняк, семена, можно позиционировать как самовосстанавливающиеся, а ресурсы со стороны – как факторы внешнего формирования основного и оборотного капитала предприятия.

Основная задача бизнеса АПК в ближайшей перспективе – производство высококонкурентной, экспортоориентированной продукции АПК – мяса, молока, продуктов их переработки.

Производство экспортоориентированной продукции отчасти требует обновления и применения импортного оборудования и техники, которые можно приобрести только при наличии валютных средств (доллары, евро).

Однако валютный баланс области – около 300 млн. долл. к 2008 г. формируется в основном за счет продукции промышленного сектора и, менее всего, за счет аграрного. Промышленным предприятиям также не хватает валютных ресурсов. А предприятиям АПК самим придется зарабатывать валюту на модернизацию и обновление своего капитала – в общей сложности, по опыту других регионов, не менее 500 млн. долларов (на первом этапе).

Поэтому дефицит валютных ресурсов – как первых по рейтингу, нуждается в постоянном отслеживании, контроле и планировании, то – есть определенной системе мониторинга.

В последние годы резко обострилось положение в области с обеспечением горюче-смазочными материалами (бензин, дизтопливо и др.) – вторыми по рейтингу ресурсами, Добыча нефти в области составляет до 800 тыс. т. в год, однако на обеспечение всех потребностей – отопление, сельскохозяйственные работы, работа транспорта и пр., требуется до 4 млн. тонн нефти. Поэтому баланс ресурсов топливного комплекса, также требует постоянного отслеживания и контроля, то есть эффективного мониторинга.

Более всего это относится к предприятиям и подразделениям автотранспорта, в издержках которых доля затрат на горюче-смазочные материалы составляет до 60 %.

В строительстве требуется мониторинг стройматериалов, в отраслях машиностроения – полноассортиментный мониторинг металлов.

В растениеводстве требуется сложная разноассортиментная система мониторинга семян, удобрений, горючего, запасных частей и пр. – с долей до 40 % в затратах.

В животноводстве требуется в первую очередь мониторинг всего комплекса кормов, доля которых в затратах составляет от 60 до 80 %.

В целом мониторинг ресурсов – важнейший инструмент управления, контроля, планирования и финансирования всех процессов ресурсообеспечения.

Элементы мониторинга можно найти в планах производственно-финансовой деятельности, в бизнес-планах, в виде таблиц и разделов по расчету потребности в ресурсах, в годовых и производственных отчетах предприятий АПК.

Таким образом, предприятия самостоятельно отслеживают и обеспечивают часть внутреннего мониторинга ресурсов. Однако проблема в том, что такая система монито-

ринга носит изолированно – индивидуализированный характер, а для региона нужна региональная (сводная) система мониторинга всех ресурсов – РСМ, в разрезе всех отраслей народного хозяйства области, включая АПК.

РСМ позволяет обеспечить сводный баланс всех ресурсов (на год и более), в разрезе районов Ульяновской области, обособить резерв ресурсов оптимизировать их финансирование, кредитование, бюджетные квоты, как федеральные, так и региональные, самое важное – валютные квоты.

В свою очередь, целенаправленная система регионального мониторинга позволяет предприятиям АПК – в разрезе отраслей и производств, оптимизировать свои системы менеджмента не только как частично изолированные в рамках отдельного предприятия, но как интегрировано-корпоративные достаточно открытые системы.

Менеджмент - как комплекс средств управления производством в предприятиях АПК, имеет стратегическую цель постоянного роста не только его эффективности, но и социального статуса коллективов предприятий, всех их работников и членов их семей, роста конкурентоспособности, экспортнаправленности и валютообеспеченности предприятия.

Систему менеджмента предприятия можно рассматривать как комплекс взаимосвязанных и в то же время взаимозависимых элементов с различным функциональным, управленческим, ресурсотехнологическим, производственно-коммерческим, финансово-экономическим, валютным статусом.

Следовательно, структура менеджмента предприятия в современных условиях должна включать:

1. Систему организации производства, переработки, торговли (бригады, фермы, комплексы, подразделения агросервиса, торговли и пр.).

2. Систему управления предприятием, отраслями, подразделениями (например, наличие отделов маркетинга, внешнерегиональных связей, отделов стандартизации, внешней торговли и др.).

Организационно – управленческая струк-

туру.

3. Систему (модель) технико-технологического комплекса (комплексы машин, комплекты оборудования, комплекты программ и др.).

4. Систему снабжения (сырье, компоненты и др.)

а) внутренние ресурсы (рубль.)

б) внешние ресурсы (руб., евро и пр.)

5. Систему оплаты труда и материального стимулирования, включая пять пакетов блока социального обеспечения; санкции, штрафы.

6. Систему торгово-коммерческого комплекса:

а) внутренняя торговля

б) внешняя торговля

7. Систему маркетинга (планы, схемы маркетинга).

8. Систему бизнес-планирования – по срокам, объектам, корпоративная, конгломеративная, региональная и др.

9. Систему финансирования, кредитования, инвестирования (в том числе валютного), финансового менеджмента и др.

10. Систему аудита – внутреннего, внешнего.

11. Систему юридического обеспечения, консалтинга.

12. Систему информационно-программного обеспечения (комплекса).

13. Систему внешнерегиональных и международных связей.

14. Систему ассоциативно-корпоративных связей.

15. Систему антикризисных мероприятий, мероприятий финансового оздоровления и пр.

Исходя из конечных результатов работы предприятия АПК, а именно – реализации продукции, в том числе на экспорт, важное значение в менеджменте имеет система маркетинга, то есть программа сбыта готовой продукции предприятий и отраслей АПК.

Условно продукцию предприятий АПК, предприятий, отраслей, можно разделить на две части:

1. Продукция для внутреннего потребления и продажи.

2. Продукция для экспорта (с учетом

требований ВТО).

Выше, в элементах системы менеджмента, такое деление предварительно учтено.

Однако маркетинг, как высокоорганизованный и сложный инструмент продаж (сбыта) продукции, подразделяется специалистами (Ф. Котляр, П.В. Трифонов и др.) на макромаркетинг, метамаркетинг, микромаркетинг (предприятий), ремаркетинг, синхромаркетинг, демаркетинг и др.

Все они должны базироваться или взаимодействовать с общей концепцией маркетинга в регионе, но применительно к каждому предприятию, в том числе в агробизнесе и других сферах народного хозяйства.

В частности, для предприятий АПК Ульяновской области в основе концепции маркетинга должна быть региональная (генеральная) схема (модель) маркетинга ресурсов области – РСМР, частично названных выше и на ее базе – система (схема или генеральная схема) валютно - или экспортоориентированного маркетинга.

УДК 636+311

ОСНОВНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ И ПРОГНОЗНЫЕ ОЦЕНКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ СКОТОВОДСТВА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

С.В. Челнокова, к. э. н., доцент, Ульяновская ГСХА

Наиболее эффективным способом выявления основной тенденции в рядах динамики является аналитическое выравнивание методом наименьших квадратов, сущность которого заключается в нахождении тренда - уравнения, выражающего закономерность изменения явления во времени.

Исходной информацией для данного исследования явились данные сводных годовых отчетов сельскохозяйственных предприятий Ульяновской области за 1996-2006гг. Аналитическое выравнивание проводилось по стандартной компьютерной программе Microsoft Word, предусматривающей нумерацию лет с начала ряда, с номера . Следовательно, свободный параметр уравнения - это уровень тренда для предыдущего года, а не начального в ряду динамики, как часто ошибочно полагают.

Выбор единственной формы тренда был про-

с учетом уровня и качества обеспечения ресурсами предприятий АПК, их финансирования, в системе менеджмента предприятий АПК (и др.) должны быть разработаны и применяться в составе схем и планов маркетинга предприятий АПК валютно - и экспортоориентированные схемы (валютный маркетинг) маркетинга, обеспечивающие эффективный экспорт продукции.

То есть каждое предприятие АПК должно разрабатывать и иметь перспективный и текущий маркетинговый бизнес – план как для продажи продукции на внутреннем рынке, так и на внешних рынках – экспорт продукции.

Таким образом, мониторинг ресурсов АПК (и др.) области, менеджмент предприятий АПК, маркетинг в системе менеджмента предприятий АПК, должны иметь синхронное, взаимосвязанное, взаимовыгодное, целенаправленное развитие в интересах региона и его населения, коллективов предприятий АПК – специалистов, рабочих.

веден путем перебора различных типов уравнений. На основе анализа графического изображения уровней динамического ряда предпочтение отдавалось уравнениям с наиболее высоким коэффициентом детерминации фактических и выровненных рядов , а при близости этих величин – уравнениям прямой и параболы второго порядка. Ведь практика свидетельствует, что показательная кривая и полиномы более высоких порядков, как правило, приводят к завышению прогнозируемых оценок. Статистический прогноз по тренду методом экстраполяции справедлив, если система развивается эволюционно в достаточно стабильных условиях. Чем крупнее система, тем более вероятно сохранение параметров её изменения, конечно, на срок не слишком большой. Результаты аналитического выравнивания рядов динамики за последние 11 лет