

## **ВЫБОР И ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Национальным проектом «Развитие АПК» предусмотрена государственная поддержка устойчивого развития сельскохозяйственных предприятий. Для повышения эффективности деятельности сельскохозяйственного предприятия важно провести анализ внутренних факторов, влияющих на производство. В сельском хозяйстве это используемые в производстве ресурсы, от которых в определяющей степени зависит качество и объем выпускаемой продукции.

Одним из важных факторов, влияющих на устойчивое развитие производства в сельском хозяйстве, является капитал. При предоставлении кредитных ресурсов сельхозпредприятиям возникает необходимость прежде всего выявить причины, мешающие эффективно использовать финансовые ресурсы. Для этого нужно провести анализ баланса сельскохозяйственного предприятия.

Общая цель такого анализа — выявить и раскрыть финансовое состояние сельскохозяйственного предприятия и перспективы его развития, что необходимо для принятия управленческих решений. Кроме того, при проведении анализа баланса, как правило, преследуются две основные цели: получение информации, во-первых, о способности сельхозпредприятия зарабатывать прибыль. Данный аспект является принципиально важным при решении вопросов о выделении банками кредитных ресурсов; во-вторых, об имущественном и финансовом состоянии сельхозпредприятия, т.е. о его обеспеченности для получения прибыли.

Таким образом, проведение анализа по этим направлениям позволит выявить, насколько устойчиво функционирует сельскохозяйственное предприятие. Х. Гасанова предлагает в качестве критерия оценки рассматривать агрегированный баланс<sup>1</sup>.

Для оценки финансового состояния предприятия использовалось нормативное значение коэффициента текущей ликвидности  $K_{ТЛ} > 2,1$ . Слишком высокие показатели ликвидности свидетельствуют о неэффективном использовании активов, поэтому максимальное значение данного показателя принято равным 3. Таким образом, для поставленной задачи математического моделирования стратегии развития сельскохозяйственного предприятия ограничения по коэффициенту текущей ликвидности будут следующие:

$$(OA+x_1-x_2) / (KЗ-x_2) \geq 2,1$$

$$(OA+x_1-x_2) / (KЗ-x_2) \leq 3 ,$$

---

<sup>1</sup> Гасанова Х. Формирование стратегии развития сельхозпредприятия // АПК: экономика, управление. 2006, № 10. С. 19-21.

где ОА — оборотные активы предприятия; КЗ — краткосрочная задолженность;  $x_1$  и  $x_2$  — искомые объемы изменения средств и их источников в течение прогнозного периода по соответствующему разделу баланса с учетом выбранной стратегии инвестирования.

Нормативное значение коэффициента обеспеченности собственными средствами составляет 0,1. Однако если значение этого коэффициента за отчетный период выше нормативного, то в прогнозируемом периоде коэффициент должен быть не ниже достигнутого уровня. Кроме того, считаем необходимым установить верхнюю границу. В предприятиях аграрного сектора значительная часть запасов создается непосредственно в хозяйстве. Поэтому доля участия собственного капитала должна быть выше. Путем экспертных оценок установлено оптимальное значение этого показателя — 0,6. Следовательно, необходимые следующие ограничения:

$$(КР-ВА+x_1) / (ОА+x_1-x_2) \geq 0,1$$

$$(КР-ВА+x_1) / (ОА+x_1-x_2) \geq 0,6,$$

где КР — капитал и резервы предприятия, ВА — внеоборотные активы.

Таким образом, при использовании выбранной инвестиционной стратегии происходит переход от одной структуры баланса к другой, не только удовлетворяющей требованиям платежеспособности и финансовой устойчивости, но имеющей определенный запас прочности.

Исследования показывают, что крупные сельхозпредприятия остаются основой экономики и социальной сферы села. Именно их адаптация к рыночным условиям даст возможность обеспечить достойный уровень жизни работников, стать базой для развития малого предпринимательства<sup>2</sup>.

В современных условиях хозяйствования необходимо перспективное планирование — выбор определенных индикаторов роста, разработка стратегии их достижения, определение тактики поведения в экономическом пространстве применительно к складывающейся ситуации.

В современных переводных учебниках по экономике понятие «стратегия» чаще всего трактуется как выбор форм и методов достижения хозяйствующим субъектом определенных позиций на каком-либо товарном рынке. Относительно сельхозпредприятия и его микросреды — сельского административного района (или муниципального образования) данный подход по ряду причин нельзя считать обоснованным.

Во-первых, сегодня трудно говорить о наличии в России цивилизованного рынка хотя бы одного вида продовольствия.

Во-вторых, неустойчивость сельскохозяйственного производства, обусловленная диспаритетом, долгами прошлых периодов, медленным оборотом капитала, природными катаклизмами диктует необходимость государственного регулирования. Это значит, что государство формирует определенную административно-экономическую среду. В данной сфере

---

<sup>2</sup> Гриценко Г. Стратегия развития сельских территорий на основе диверсификации производства // АПК: экономика, управление. 2006, №4.

между сельхозпредприятиями возникает конкуренция по поводу получения средств из государственного бюджета, участия в той или иной программе, приобретения прочих благ. Это позволяет говорить не столько о рыночной, сколько об экономической стратегии, реализация которой у предприятий разного уровня развития будет осуществляться разными путями.

Чем меньше у хозяйствующего субъекта возможность привлекать заемные средства, тем чаще он будет ориентироваться на малозатратные виды бизнеса, уходя от основной специализации, т.е. выбирать стратегию диверсификации, которую следует рассматривать как путь создания эффективной экономики, основанной на изменении видов деятельности.

Монографическое исследование различных подходов к диверсификации отечественных и зарубежных предприятий позволило дать им единую классификацию. В качестве основных критериев исследователями взяты направления деятельности сельхозорганизаций, связь с производимой ранее продукцией (услугами), источники используемых ресурсов.

В общую структуру известных ранее видов введена новая категория «функциональная диверсификация», представляющая собой перераспределение функций, выполняемых подразделениями или службами сельхозпредприятия, за счет их передачи внешним организационным структурам на основе горизонтальной или вертикальной кооперации или интеграции, например передача функций маркетинга и сбыта районному сбытовому кооперативу.

Для определения видов диверсификации деятельности сельхозпредприятия предлагается методика, в которой учтены несколько критериев.

На первом этапе выбирается направление диверсификации производства. Наиболее рентабелен, как правило, вид продукции, для которого имеются благоприятные природно-климатические условия. Поэтому предприятию следует учитывать рекреационные возможности природно-экономических зон, в которых они расположены.

Вторым критерием выбора должна стать оценка экономической устойчивости предприятия: чем она выше, тем больше возможности применять капиталоемкие технологии. У экономически устойчивых сельхозорганизаций основными направлениями диверсификации могут стать применение наукоемких технологий, создание собственных перерабатывающих производств. Прежде всего это будет внутрифирменная диверсификация, осуществляемая с привлечением средств на возвратной основе. В последнюю очередь такое предприятие предпринимает попытки вложить средства в создание совместных проектов с другими товаропроизводителями.

Емкость рынка предварительно избранного вида деятельности также важна для организации сбыта. Чем она выше (обширнее), тем у

предприятия больше шансов реализовать свою продукцию, найти потребителя.

Оценка уровня фактической насыщенности рынка данной продукцией особенно необходима для ее видов специфических, т.е. ранее не поставлявшихся, поскольку в этом случае потребуются большие затраты на продвижение товара, а следовательно, выбор определенной стратегии поведения на рынке.

Весьма значимым фактором является степень отдаленности предприятия от рынка сбыта. Близость расположения снижает затраты на транспортировку единицы продукции до потребителя, которая будет ниже себестоимости ее производства. Кроме того, на рынок можно поставлять скоропортящуюся продукцию. При средней отдаленности затраты на транспортировку будут приблизительно равны себестоимости производства продукции ( $\pm 10\%$ ).

Себестоимость производства единицы продукции — не менее важный фактор при выборе направлений диверсификации. Производить товар, требующий больших затрат, могут далеко не все сельхозпредприятия. Даже экономически устойчивым хозяйствам в случае их расположения далеко от рынков сбыта придется работать себе в убыток. Здесь все будет зависеть от перспектив: если возможно снижение себестоимости, то производство может стать прибыльным.

Критерий обеспеченности трудовыми ресурсами важен прежде всего в том случае, если диверсификация направлена на создание высокотехнологичного или наукоемкого производства. Для реализации проекта придется либо привлекать новых специалистов на весьма выгодных для них условиях, либо переучивать своих работников, что потребует немалых затрат.

Каждый критерий следует оценить в баллах, их сумма покажет возможность использования того или иного вида диверсификации производства. Если эта сумма будет больше 8, то выбранный путь возможен, но необходим тщательный анализ и поиск альтернатив использования тех или иных ресурсов, если меньше 8, то следует пересмотреть свой выбор направления диверсификации.

При выборе направлений диверсификации следует исходить:

- 1) из максимального использования потенциала территории и привлечения к новым видам деятельности местной рабочей силы;
- 2) из вовлечения в экономику территории финансового капитала (местного и стороннего);
- 3) из завершения рыночного цикла на собственной территории.

Диверсификационная стратегия определяется как внутренними, так и внешними факторами экономической среды, в том числе социально-политическими и экономическими условиями ведения бизнеса на региональном и федеральном уровнях.

Под воздействием природно-экономического и административного пространства, в котором функционирует сельхозпредприятие, складывается

его экономическое поведение. Важнейшая микросреда для него — сельский административный район или муниципальное образование. Имея бюджет, это образование само по себе является хозяйствующим субъектом. Его развитие в условиях рынка должно иметь четкие ориентиры и стратегию их достижения, выстроенную, исходя из наличия природно-экономического потенциала. Совокупность сельхозтоваропроизводителей территории занимает определенную долю на агропродовольственных рынках, что позволяет говорить о месте и роли на них самого муниципального образования. Анализ дает возможность определить, с одной стороны, направления бюджетной поддержки основного производства, с другой — пути его диверсификации как на уровне района, так и применительно к условиям конкретных хозяйствующих субъектов. К сожалению, выбирать и реализовывать стратегии развития не только сельских территорий, но и сельскохозяйственных предприятий (особенно в нашей республике) нынче практически некому. Отделы АПК (или сельского хозяйства), созданные при муниципалитетах, не имеют средств влияния на экономическое поведение товаропроизводителей, действующих на территории. В этой ситуации на государственном уровне следует определить степень компетенции и ответственности каждой ветви власти за состояние экономики сельских территорий.

Выбор направлений диверсификации деятельности сельхозпредприятий напрямую связан с программами развития АПК региона, а также сельского административного района. Однако любая программа должна иметь финансовое наполнение, которое может быть обеспечено только в случае, если большую долю ответственности за развитие сельского хозяйства (основы экономики страны) и сельских территорий возьмет на себя федеральный бюджет<sup>3</sup>.

Для выявления главных проблем и постановки стратегических целей чрезвычайно важна оценка текущей ситуации, анализ которой проводится в несколько этапов:

1. Отнесение предприятия (хозяйства) к определенному разделу классификации для определения конкретной методики сбора и анализа информации;
2. Описание внутренних факторов, действующих на предприятии, — выпускаемая продукция, хозяйственный механизм, целевые и ресурсные ограничения;
3. Описание PEST-факторов внешнего окружения, оказывающих долгосрочное влияние на деятельность предприятия;
4. Описание конкурентного окружения, включая рынки (местный, районный, региональный), потребителей (индивидуальных и оптовых), поставщиков, основных конкурентов;

---

<sup>3</sup> Иванов А. Необходимость планирования на сельскохозяйственных предприятиях // Экономист. 2002, № 9.

5. Анализ полученной на предыдущих этапах информации с выявлением сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (SWOT-анализ), прогнозирование развития рынков, сопоставление каналов распределения.

После постановки маркетинговых целей и выбора стратегии должен быть разработан на ее основе подробный план действий, включая блоки производства, сбыта, рекламы, обучения персонала. В полном объеме следует разрабатывать бизнес-план и финансовый прогноз деятельности.

Первые четыре этапа анализа относятся к маркетинговым исследованиям. На этих этапах, которые могут осуществляться одновременно, обеспечивается сбор исходной информации. Особое внимание следует уделить изучению конкурентного окружения.

Стратегический анализ как основа планирования развития сельскохозяйственного предприятия основан на исследовании ретроспективной информации развития хозяйствующего субъекта, позволяющего не только выявить тенденции его движения, но и наметить пути развития и совершенствования на основе и в увязке с результатами стратегического анализа.

В качестве базы стратегического анализа возьмем элементы SWOT- и PEST- анализа. SWOT-анализ предполагает изучение сильных, слабых сторон в деятельности предприятия, а также потенциальных угроз и возможностей. В качестве примера приведем стратегический анализ СПК «Мирный» Октябрьского района Республики Калмыкия.

Направления деятельности СПК «Мирный» как хозяйствующего субъекта в сфере сельскохозяйственного производства подвержены воздействиям экзогенных факторов. В табл. 1 представлен стратегический анализ деятельности СПК «Мирный» на основе применения элементов SWOT- и PEST- анализа и SNW-подхода.

Следует учесть, что стратегический план развития отрасли должен обосновываться обширными исследованиями и фактическими данными. Чтобы эффективно конкурировать в мире бизнеса, предприятие должно постоянно заниматься сбором и анализом огромного количества информации об отрасли, конкуренции и о других факторах. Стратегический план придает предприятию определенность, индивидуальность, что позволяет ему привлекать определенные типы работников и в то же время не привлекать работников других типов. Этот план открывает перспективу для предприятия, которое направляет его сотрудников, позволяет привлекать новых работников и помогает продавать продукцию. Наконец, стратегические планы должны быть разработаны так, чтобы не только оставаться целостными в течение длительных периодов времени, но и быть гибкими, чтобы при необходимости осуществить их модификацию и переориентацию. Общий стратегический план следует рассматривать как программу, которая направляет деятельность фирмы в течение продолжительного периода

времени, давая себе отчет в том, что постоянно меняющаяся деловая и социальная обстановка делает постоянные корректировки неизбежными.

Формулирование стратегий — центральный шаг стратегического планирования. Цель этого этапа состоит в разработке стратегий, направленных на решение выявленных в процессе ретроспективного анализа проблемных вопросов. Их должна объединять нацеленность на осуществление миссии, что предполагает исполнение необходимых обязанностей и достижение более конкретных целей, определенных по каждой проблеме.

Стратегия — это модель достижения общих целей, стратегических направлений, программ, проектов, действий, решений и размещения ресурсов. Стратегия дает ответы на вопросы, что представляет собой организация, чем и почему она этим занимается. Стратегии различаются по уровню, целевой направленности и временным рамкам.

Ожидаемые результаты формулирования стратегии заключаются в разработке:

- стратегий разного уровня;
- общей стратегии для предприятия в целом;
- стратегии для подразделений или отдельных служб;
- стратегических программ, проектов и т.д.;
- стратегий определенной направленности, таких как управление человеческими ресурсами, финансы и информационная технология и др.;
- проектов стратегических планов.

### **Рекомендации по выполнению работы на этапе формулирования стратегии**

1. Стратегическое мышление и действия важнее, чем реализация определенного подхода к формулировке стратегии или разработка формального стратегического плана. Шаг, связанный с формированием стратегии, требует более широкой дискуссии, чем предыдущие шаги, в связи с необходимостью выбрать наиболее подходящую из стратегий и выявить элементы, адекватные каждой стратегии.

2. Предстоит дать ответы на 5 вопросов в рабочем листе. При этом в заполнении рабочего листа целесообразно участие разных лиц. Это могут быть работники органов управления, группы стратегического планирования, руководители, специалисты. Одни и те же люди не должны давать ответы на все пять вопросов. Группа стратегического планирования может, например, взяться за первые три вопроса, в то время как другим рабочим группам предстоит ответить на оставшиеся.

3. Участники процесса стратегического планирования должны показать, как с помощью этих стратегий будут решаться выделенные проблемы.

4. Необходимо представить подробное описание стратегий, чтобы вынести обоснованные суждения в отношении их эффективности.
5. Важно определить критерии оценки каждой предлагаемой стратегии, например, в экономических показателях бизнес-плана развития предприятия.
6. Необходимо определить приоритетность стратегий.
7. Следует дать разработку окончательного изложения для каждой стратегии на основе рабочего листа.
8. На основе выработанной стратегии верстается модель стратегического плана.
9. Даже если формальный стратегический план не готов, важно разработать ряд взаимосвязанных изложений стратегии, описывая:
  - общую стратегию;
  - стратегии подразделений организации;
  - стратегические программы, проекты;
  - функциональные стратегии.
10. Обсуждение представленных стратегий и формальных стратегических планов может быть структурировано следующим образом:
  - обзор плана развития предприятия;
  - общее обсуждение плана и реакции на него;
  - обсуждение сильных и слабых сторон плана;
  - обсуждение возможностей и опасностей плана;
  - обсуждение модификаций, которые смогут укрепить сильные стороны и возможности, минимизировать или преодолеть слабые стороны и опасности;
  - достижение соглашения о последующих шагах работы над завершением плана.

Выработка стратегии дает ответ на главный вопрос — к чему стремится предприятие.

Основные задачи:

- определение стратегических целей;
- разработка возможных вариантов развития;
- выбор вариантов развития;
- оценка возможных рисков и выгод от реализации стратегии.

Основные действия:

- уяснить, что ускорит развитие предприятия;
- сформулировать стратегические цели;
- составить примерный список вариантов развития предприятия;
- уяснить, что из возможного достижимо;
- выбрать два-три наиболее приемлемых варианта стратегий;
- оценить выгоды и риски от реализации каждого из альтернативных вариантов;
- сделать свой выбор в пользу одного варианта.



Результаты:

- сформулированы стратегические направления (приоритеты развития);
- ограничены стратегии по каждому направлению.

На этапе определения способов достижения стратегических целей и доработки плана главным остается вопрос: как предприятие может достичь желаемого.

Основные задачи:

- достижение согласия по общей структуре плана;
- реструктурирование управления процессом стратегического планирования;
- создание координационного комитета;
- разработка планов действий (краткосрочных, долгосрочных по стратегическим проектам);
- разработка коммуникационного плана;
- определение и мобилизация ресурсов, документирование и официальное принятие стратегического плана.

Основные действия:

- обсудить и принять окончательную структуру стратегического плана;
- определить необходимые ресурсы и источники их получения;
- определить источники финансирования;
- определить и разработать коммуникационный план для участников стратегического проекта и с внешними организациями;
- подготовить материалы для документирования и принятия стратегического плана.

В табл. 2 обобщены возможности применения важнейших стратегий развития предприятия в рамках сельскохозяйственной отрасли. Стратегия снижения издержек является самой важной стратегией развития предприятия, поскольку изначально ориентирована на усиление конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта.

## Примечания

**Таблица 2. Оценка применимости стратегий развития предприятий в сельскохозяйственном производстве**

Название стратегии и степень ее применимости	Комментарии
Базовые применимы	Формулирование целей и стратегии развития зависит от достигнутых результатов, которые являются ориентирами дальнейшего роста или, наоборот, сокращения производства
Достижение конкурентных преимуществ применимо	В сельскохозяйственном производстве конкурентные преимущества проявляются в первую очередь в степени новизны и современности оборудования, техники и всех основных производственных фондов, что определяет снижение издержек

	производства и связывает эту стратегию со стратегией минимизации издержек
<b>Минимизация издержек</b> применима	В нашей стране трудно достичь максимального эффекта в связи с высокими темпами инфляции и рядом существенных внутренних проблем сельхозпредприятий. В сельскохозяйственной отрасли это усугубляется постоянно растущим диспаритетом цен на сельхозпродукцию и продукцию промышленности
<b>Дифференциация</b> частично применима	Продукция сельскохозяйственного производства строго стандартизирована по своим характеристикам, придать ей отличительные, уникальные свойства не представляется возможным. Применимость этой стратегии может быть рассмотрена в развитии перерабатывающих производств
<b>Фокусирование</b> частично применимо	Стратегия актуальна с учетом специализации предприятий на производстве наиболее рентабельной продукции
<b>Инновации</b> слабо применимы	Условно реализацией данной стратегии можно считать использование передовой техники в производственном процессе, что сегодня является исключительно редким случаем, в частности, для сельского хозяйства Калмыкии
<b>Оперативное реагирование</b> применимо	Стратегия актуальна, поскольку сельскохозяйственные предприятия вынуждены ежедневно приспосабливаться к условиям нехватки ресурсов, изменению факторов внешней среды (цен на ГСМ, новые законы и пр.)
<b>Синергизм</b> применим	Стратегия важна и актуальна в части организации непрерывного хозяйственного процесса, в результатах которого должны быть заинтересованы все подразделения сельскохозяйственного предприятия
<b>Поведение в конкурентной среде</b> слабо применимо	Сегодня сельскохозяйственные предприятия поставлены в условия выживаемости, а не конкуренции
<b>Отраслевые</b> частично применимы	Сельское хозяйство относится к группе отраслей, переживающих спад. Поэтому данная стратегия должна сочетаться со стратегией оперативного реагирования
<b>Портфельные</b> частично применимы	Стратегия актуальна в отношении инвестиционного вопроса в связи с реализацией приоритетного национального проекта «Развитие АПК»
<b>Функциональные</b> частично применимы	Важными являются стратегия управления персоналом в связи с недостатком квалифицированных кадров, финансовая стратегия по формированию и распределению финансовых ресурсов, сбытовая стратегия по поиску наиболее выгодных каналов реализации продукции

Таблица 1. Матрица стратегического анализа деятельности СПК «Мирный»

Фактор среды	Сила	Слабости	Возможности	Угрозы
1	2	3	4	5
<b>1. Внутренняя среда</b>				
<b>1.1. Обеспеченность трудовыми ресурсами</b>	Обеспеченность квалифицированными кадрами	Общая проблема для сельского хозяйства — старение кадрового потенциала, невосприимчивость трудовых ресурсов к новым подходам в организации производства	При стабилизации производства — сохранение кадрового потенциала	При сокращении объемов производства – трудовая миграция
<b>1.2. Обеспеченность материальными ресурсами</b>	Стабильная материально-техническая база, незначительное обновление основных производственных фондов	Физическая и моральная изношенность большей части производственных фондов	Возможность частичного обновления материально-технической базы производства в рамках принятых и действующих программ кредитования сельскохозяйственных предприятий и ПНП «Развитие АПК»	Все угрозы, связанные с риском невозврата кредитов, обусловленные особенностями сельскохозяйственного производства
<b>1.3. Обеспеченность финансовыми ресурсами</b>	Относительно стабильный уровень рентабельности	К 2007 г. снижение показателей экономической эффективности по отношению к 2003 г.	Пополнение оборотных средств за счет кредитов	Учитывая предыдущую кредитную историю и существующую производственную ситуацию, отказ в кредитовании, угроза неисполнения обязательств по кредитам
<b>1.4. Производственная структура</b>	Структура производства, обусловленная производственной специализацией	Необходимость изменения производственной структуры в связи с сокращением объемов производства	При условии стабилизации производственно-финансового положения — сохранение производственного	Реорганизация предприятия, создание на его базе КФХ, т.е. утрата целостности производственной системы

			потенциала и предприятия как хозяйствующего субъекта	
<b>1.5. Управление</b>	Устоявшаяся организационная структура управления, определенная масштабами и производственной структурой	Необходимость изменения подходов управления в связи с ухудшением финансово-экономического положения	При условии сохранения предприятия может сохраниться и прежняя структура управления, основные подходы к управлению производством	При смене руководства будет меняться стиль, методы, средства управления предприятием
<b>2. Внешняя среда</b>				
<b>2.1. Политика</b>	Сельское хозяйство выделено в качестве приоритетных отраслей, определяющих экономическое развитие страны	Предлагаемые в рамках национального проекта «Развитие АПК» мероприятия не всегда обоснованы, доступны и экономически выгодны хозяйствующим субъектам	Решение проблем продовольственной безопасности и насыщения продовольственного рынка отечественными продуктами	Формирование нормативно-правовой базы регулирования и стимулирование деятельности сельскохозяйственных предприятий, а на самом деле отсутствие реальной государственной поддержки
<b>2.2. Экономика</b>	Производство качественной продукции, которая способна решить проблемы продовольственной обеспеченности внутреннего рынка	Главная слабость сельскохозяйственного производства в целом и каждого сельскохозяйственного субъекта в отдельности — ценовой диспаритет, вторая — проблемы сбыта	Ценовое регулирование со стороны государства, система дотаций, субсидий при необузданном росте цен на ГСМ и прочие материальные ресурсы	Устранение государства из сферы ценового регулирования на сельскохозяйственную продукцию
<b>2.3. Общество (социум)</b>	Продукция сельскохозяйственной отрасли всегда востребована	Ориентация на зарубежного производителя	Полное обеспечение населения продуктами и товарами собственного производства	Открытие отечественного рынка импортной продукции
<b>2.4. Технологии</b>	—	Устаревшая материально-техническая база, недостаток сельскохозяйственной техники	Обновление материально-технической базы животноводства в рамках ПНП «Развитие АПК» при полном удовлетворении требованиям проекта	Мероприятия национального проекта в большей степени ориентированы на обновление материально-технической базы в животноводстве

