

Ж.Е. ЕСИЛЬБАЕВА,¹

докторант.

С.А. ТЛЕУБАЕВА,²

к.э.н., доцент.

Алматинский технологический университет.¹

Таразский государственный университет

им. М.Х. Дулати²

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ – ВАЖНЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ РАБОТЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Аннотация

В статье рассматривается оценка конкурентоспособности молочной продукции в условиях инновационно-экономического развития страны на примере производителей Жамбылской области. Авторы предлагают возможные альтернативные варианты оценки конкурентоспособности молочной продукции. Пищевая промышленность Казахстана является одной из стратегически важных отраслей промышленности, призванной обеспечивать устойчивое снабжение населения необходимыми по количеству и качеству продуктами питания. Продукция казахстанской молочной промышленности, несмотря на общий рост производства, по многим ассортиментным группам остается неконкурентоспособной по сравнению с продукцией Российской Федерации, Беларуси, Украины и Кыргызстана. В статье рассматривается производство именно цельномолочной продукции. В связи с этим конкурентоспособность анализируемого молока желательно измерять количественно, что позволит получить более точные данные. Для подтверждения уровня конкурентоспособности рассматриваемого товара необходимо проанализировать его в сравнении с аналогичным товаром конкурента. Для более полного анализа конкурентоспособности молока необходимо учитывать уровень качества, сервиса и других составляющих, определяющих конкурентоспособность аналогичного товара у основного конкурента. Насыщение внутреннего рынка достаточным объемом молочной продукции казахстанского производства без преувеличения можно считать вопросом особой важности.

Ключевые слова: производитель, агропромышленный комплекс, конкурентоспособность, молочная продукция, ассортимент, качество, внутренний рынок.

В условиях инновационно-экономического развития страны правительство РК всесторонне поддерживает производителей сельскохозяйственной продукции и выделяет огромные суммы на реализацию инвестиционных проектов по импортозамещению и развитию новых экспортно-ориентированных секторов в агропромышленном комплексе.

Это также было отмечено в Послании Президента РК Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 10 января 2018 г.: «Необходимо оказывать всестороннюю поддержку сельхозкооперативам. Государство совместно с бизнесом должно находить стратегию на международных рынках и продвигать отечественную продукцию. Интенсификация сельского хозяйства должна происходить с сохранением качества и экологичности продукции. Это позволит создать и продвигать бренд натуральных продуктов питания «Сделано в Казахстане», который должен стать узнаваемым в мире. Поручаю увеличить в течение 5 лет производительность труда в АПК и экспорт переработанной сельхозпродукции как минимум в 2,5 раза» [1].

Одним из таких секторов АПК является развитие сети молочно-товарных ферм. Пищевая промышленность Казахстана является одной из стратегически важных отраслей промышленности, призванных обеспечивать устойчивое снабжение населения необходимыми по количеству и качеству продуктами питания.

Продукция казахстанской молочной промышленности, несмотря на общий рост производства, по многим ассортиментным группам остается неконкурентоспособной в отношении продукции Российской Федерации, Беларуси, Украины и Кыргызстана [2].

Снижение темпов роста отрасли открывает путь импорту продукции этой отрасли. При этом цены на молочные продукты достаточно высоки и не все желающие потребители каждый день могут приобрести творог или сметану. Соответственно, позиции, теряемые отечественной

индустрией по производству молочных продуктов при растущем рынке, восполняются за счет импорта. Следует отметить, что по отдельным молочным продуктам импортные поставки преобладают над продукцией казахстанских производителей.

Основным поставщиком молочной продукции на казахстанский рынок является Россия, на долю которой приходится более половины всех поставок, далее следуют Беларусь, Украина, Кыргызстан.

Рассмотрим оценку конкурентоспособности молочной продукции на примере предприятий Жамбылской области [3]. Одним из крупных производителей молочных продуктов в Жамбылской области является компания ТОО «Какпатас». Среди широкого ассортимента предлагаемой компанией ТОО «Какпатас» продукции одним из часто потребляемых покупателями является молоко. Объем потребления данного вида продукта показан на рисунке 1.

В связи с этим в данной статье будет оцениваться именно цельномолочная продукция. Конкурентоспособность анализируемого молока желательно измерять количественно, что позволит получить более точные данные. Для подтверждения уровня конкурентоспособности рассматриваемого товара необходимо проанализировать ее с аналогичным товаром конкурента.

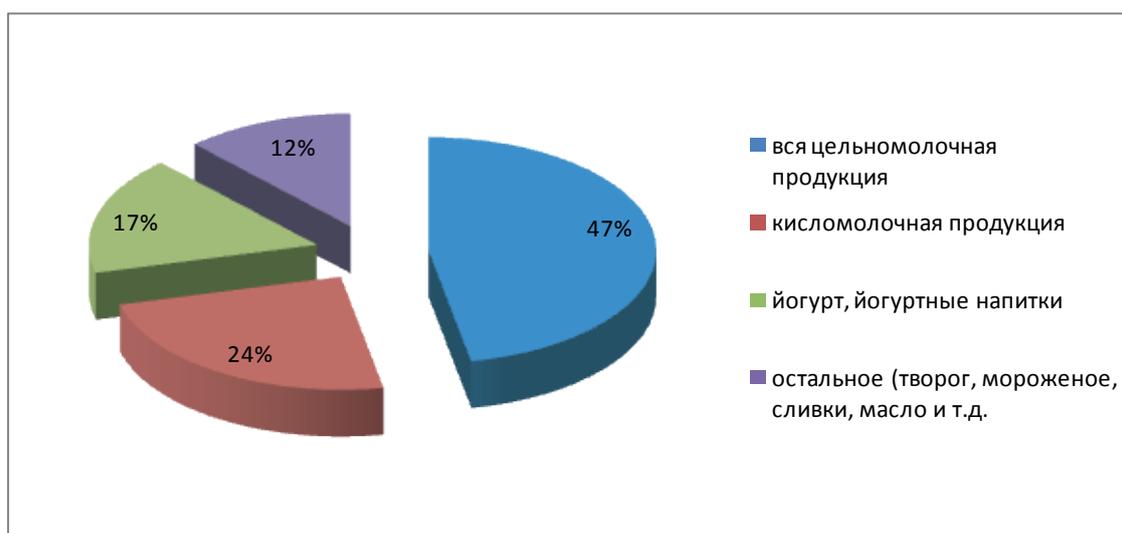


Рисунок 1 – Объем потребления молочной продукции ТОО «Какпатас»

Для более полного анализа конкурентоспособности молока необходимо учитывать уровень качества, сервиса и других составляющих, определяющих конкурентоспособность аналогичного товара у основного конкурента. Основным конкурентом на рынке молочных продуктов в городе Таразе является предприятие «Нарт».

КХ «Нарт» относится к классу средних предприятий, задачами которого являются производство продукции высокого качества, высокий уровень сервиса, уменьшение издержек путем уменьшения остатков на складе.

Политика цен КХ «Нарт» ориентирована на затраты. Данное предприятие устанавливает цены на продукцию методом «издержки + надбавка», то есть предполагает формирование продажной цены, исходя из необходимости получения определенного целевого уровня прибыли. Надбавка – 20% от итоговой себестоимости. Для сравнительного анализа используется метод анализа конкурентоспособности товара по многоугольнику и экспертному методу. Исходные данные приведены в таблице 1 (стр. 183).

Для построения многоугольника конкурентоспособности молока сначала нужно увеличить значения нормативов на 20% (тогда показатели, имеющие фактическое или плановое значения больше норматива, будут находиться внутри многоугольника).

Таблица 1 – Исходные данные по уровню конкурентоспособности товара (молока)

Показатели конкурентоспособности товара	Значения показателей по:		
	нормативу	конкуренту «Нарт»	анализируемому образцу «Какпатас»
1. Интегральный показатель качества товара за нормативный срок службы (1 мес.), единиц	3500	3600	3000
2. Цена товара, денежная	122	115	120
3. Интегральный показатель качества сервиса товара, доли	1,0	0,90	0,95
4. Затраты на эксплуатацию товара за 1 мес., денежная	2000	1500	2200
5. Интегральный показатель качества управления по стадиям жизненного цикла товара	1,0	0,80	0,90

Таблица 2 – Оценка конкурентоспособности товаров с применением экспертного метода

Обозначение показателя	Относительное значение показателя			Приведенное значение показателя		Весомость показателя
	норматив	конкурент «Нарт»	анализируемый «Какпатас»	конкурент «Нарт»	анализируемый «Какпатас»	
Пэ	1,0	1,03	0,86	0,360	0,301	0,35
Ц	1,0	0,93	0,98	0,186	0,196	0,20
Кс	1,0	0,90	0,95	0,09	0,095	0,10
Зэ	1,0	0,75	1,1	0,112	0,165	0,15
Ку	1,0	0,80	0,90	0,16	0,18	0,20
Сумма				0,908	0,937	

В этом случае увеличенное значение норматива интегрально показателя качества молока будет равно 4200 (3500 – 100%; X – 20%; X = 700 – доля увеличения; 3500 + 700 = 4200 – увеличенное значение норматива интегрального показателя качества). Ц – 146, Кс – 1, 2, Зэ – 2400, Ку – 1, 2 – эти значения будут на вершинах соответствующих радиальных лучей многоугольника (рисунок 2, стр. 184).

На радиальных лучах находятся фактические значения показателей конкурентоспособности товара из таблицы 2 (для упрощения в многоугольнике указаны показатели только конкурента «Нарт»). Анализ данных таблиц 1, 2 и рисунка 2 позволяют сделать следующие выводы.

1. Конкурент «Нарт» опережает рыночные нормативы по ресурсным показателям (цена и затраты на эксплуатацию меньше, чем по нормативам), но отстает по всем качественным показателям; анализируемый товар – молоко «Какпатас» уступает нормативам только по некоторым интегральным показателям в незначительной мере.

2. Многоугольник конкурентоспособности позволяет не только наглядно представить, но и оценить положение конкурентов и организации-изготовителя по любым установленным показателям. Многоугольники можно строить по любой группе показателей. Чем больше площадь, тем лучше, выше конкурентоспособность.

Подобная ситуация возможна в случаях:

- 1) когда все факторы влияют на результативную функцию прямо пропорционально;
- 2) влияние всех факторов на функцию по силе одинаковое.

В данном примере с повышением интегральных показателей качества конкурентоспособность товара повышается, а с увеличением ресурсных показателей, наоборот, падает. К тому же степень влияния (весомость) перечисленных показателей на конкурентоспособность разная; по нашему анализу данных они равны: Пэ – 0,35, Ц – 0,20, Кс – 0,10, Зэ – 0,15, Ку – 0,20. Анализ данных таблиц 1 и 2 показывает, что уровень конкурентоспособности товара конкурента не «дотягивает» до требований рынка (норматива) на 9,2 «процента», а анализируемого образца на 6,3 «процента».

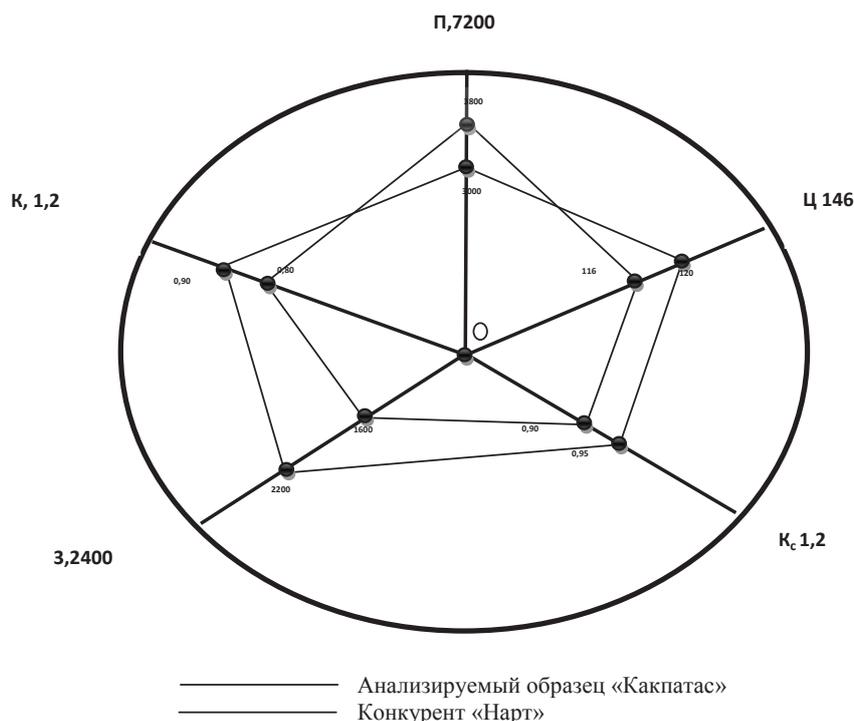


Рисунок 2 – Фактические значения показателей конкурентоспособности товара

Таким образом, анализируемый товар производителя «Какпатас» – «молоко натуральное» после проведенного анализа подтвердил свое лидерство в конкурентоспособности на рынке молочных продуктов. На уровне цен на молочную продукцию не лучшим образом сказался переход к мелкому производству, поскольку доля статей затрат на единицу продукции достигает 40–50% и удельный вес этих расходов обратно пропорционален размеру предприятий. Кроме того, если ранее предприятия торговли сами приезжали за продукцией, то сегодня производители вынуждены объезжать магазины и супермаркеты, предлагая товар. Таким образом, для большинства предприятий, работающих в сегменте малого бизнеса, производство молочной продукции оказывается нерентабельным. Насыщение внутреннего рынка достаточным объемом молочной продукции казахстанского производства без преувеличения можно считать вопросом особой важности, который необходимо решить в безотлагательном порядке.

В Послании Президента Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 10 января 2018 г. одна из 10 основных задач звучит следующим образом: «Нужно поднять АПК на новый технологический уровень. Это значительно повысит производительность труда в аграрной отрасли и экспорт переработанной продукции» [1].

В настоящее время в Жамбылской области особое внимание уделяется развитию сельхозкооперации и созданию действенной системы сбыта и переработки продукции. В регионе активно реализуются программы по созданию мини-ферм и объединению личных подсобных хозяйств, налаживаются работы по сбыту продукции крупным предприятиям переработки, благодаря чему увеличивается объем загрузки мощностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции». – Астана, 10 января 2018 г.: www.akorda.kz.
- 2 Баймуратов У.К. Проблемы конкурентоспособности национальной экономики в контексте мировых тенденций // Конкурентоспособность: теория, методология, практика. – Алматы, 2008. – С. 66.
- 3 Данные статистики управления Жамбылской области: www.zhambul.stat.kz.

Аңдатпа

Осы мақалада, елдің инновациялық-экономикалық даму жағдайында, Жамбыл облысының өндірушілерінің мысалында сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін бағалау қарастырылады. Авторлар сүт өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың баламалы нұсқаларын ұсынады. Қазақстанның азық-түлік өнеркәсібі халықты қажетті азық-түлікпен тұрақты қамтамасыз етуге бағытталған стратегиялық маңызы бар салалардың бірі болып табылады. Өндірістің жалпы өсуіне қарамастан, қазақстандық сүт өнеркәсібі өнімдері Ресей Федерациясының, Беларусьтің, Украинаның және Қырғызстанның көптеген өнімдері үшін бәсекеге қабілетті емес. Бұл мақалада бүтіндей сүт өнімдері қарастырылады. Осыған байланысты талданатын сүттің бәсекеге қабілеттілігі сандық түрде өлшенуі керек, ол дәлірек деректер алуға мүмкіндік береді. Тауардың бәсекеге қабілеттілігінің деңгейін растау үшін оны бәсекелестің ұқсас өнімімен талдау қажет. Сүттің бәсекеге қабілеттілігін неғұрлым толық талдау үшін бәсекелестікті анықтайтын сапа, қызмет көрсету және басқа да компоненттердің деңгейін, басты бәсекелестің ұқсас өнімдерін ескеру қажет. Қазақстанда өндірілетін сүт өнімдерінің жеткілікті мөлшермен ішкі нарықты толтыру ерекше мәнге ие болуы тиіс және ол жоғары деңгейде қаралып, шұғыл шешілуі тиіс мәселе ретінде қарастырылуы қажет.

Тірек сөздер: өнім шығарушы, агроөндірістік кешен, бәсекеге қабілеттілік, сүт өнімі, сұрыпталым, сапа, ішкі нарық.

Abstract

In the article the assessment of the competitiveness of dairy products in the context of the country's innovative and economic development is considered on the example of the producers of the Zhambyl region. The authors of this article suggest possible alternative options for assessing the competitiveness of dairy products. The food industry of Kazakhstan is one of the strategically important industries, designed to provide sustainable supply of the population with the necessary food. Products of the Kazakhstan dairy industry, despite the overall increase in production, remain uncompetitive in comparison with many products of the Russian Federation, Belarus, Ukraine and Kyrgyzstan. Whole-milk production is considered in this article. In this regard, the competitiveness of the milk being analyzed is desirable to be measured quantitatively, which will allow obtaining more accurate data. To confirm the level of competitiveness of the commodity in question, it is necessary to analyze it with a similar product of the competitor. For a more complete analysis of the competitiveness of milk, it is necessary to take into account the level of quality, service and other components that determine competitiveness, a similar product produced by the main competitor. Saturation of the domestic market with a sufficient volume of dairy products produced in Kazakhstan can be considered as a matter of special importance without exaggeration.

Key words: producer, agro-industrial complex, competitiveness, dairy products, range of products, quality, inner market.