

РАЗДЕЛ 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ВОПРОСЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

А.А. Ережепова, А.С. Абен

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПК

Среди множества проблем, стоящих перед экономикой Казахстана, всевозрастающее значение приобретает проблема обеспечения продовольственной безопасности, которая должна строиться на принципах: обеспечения физической и экономической доступности продуктов питания для всех групп населения в соответствии с физиологическими нормами потребления, соответствия качества производимых, ввозимых и реализуемых продовольственных товаров требованиям безопасности пищевой продукции; создания необходимых государственных ресурсов продовольственных товаров независимо от воздействия внутренних и внешних неблагоприятных факторов; обеспечения равных условий доступа производителей на агропродовольственный рынок; оказания со стороны государства поддержки субъектам частного предпринимательства; повышения роли общественных объединений, ассоциаций (союзов) предпринимателей в вопросах обеспечения продовольственной безопасности; доступности и открытости информации о состоянии агропродовольственного рынка.

Решение проблемы продовольственной безопасности концептуально зависит от конкурентоспособности продовольственных товаров и продукции сельского хозяйства.

В условиях жесткой конкуренции на рынках конкурентоспособность производимых товаров и услуг становится одним из главных условий успешности предпринимательской деятельности. Как явление конкурентоспособность проявляется в том, что потребители на рынке по ценовым и качественным характеристикам продукции одних предприятий отдают большее предпочтение по сравнению с товарами-аналогами других. Конкурентоспособный товар быстрее реализуется, меняя натуральную форму в денежную, обеспечивая тем самым возможности для новых вложений и повышения эффективности производства как фактора ускорения оборачиваемости вкладываемых средств.

Известно, что рыночная конкуренция как самый дешевый и самый эффективный метод экономического контроля не имеет себе равных. Ценовая конкуренция в развитой рыночной экономике дополняется соперничеством в качестве предлагаемой продукции. На конкурентоспособность продукции влияют многие факторы, и все их необходимо учитывать при решении проблемы повышения эффективности работы предприятий. В условиях равновесия на рынке или превышения предложения над спросом главным фактором конкурентоспособности продукции становится ее качество. Особую актуальность проблема конкурентоспособности имеет для сельского хозяйства. С повышением качества продукции растет эффективность отрасли, создаются условия для успешной работы перерабатывающей промышленности и более полного удовлетворения потребностей населения Казахстана.

В странах с развитой рыночной экономикой конкурентная борьба заставляет предприятия активно заниматься разработкой программ повышения качества работы и конкурентоспособности продукции. Многие товаропроизводители имеют системы качества, придерживаясь которых, успешно решают стоящие перед ними задачи по обеспечению конкурентоспособности продукции и предприятия в целом.

Конкурентоспособность продукции - решающий фактор его коммерческого успеха на развитом конкурентном рынке. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим

качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама и пр.). Иначе говоря, под конкурентоспособностью понимается комплекс потребительских и стоимостных (ценовых) характеристик товара, определяющих его успех на рынке, т.е. преимущество именно этого товара над другим в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов. А так как за товарами стоят их изготовители, то можно с полным основанием говорить о конкурентоспособности предприятий, объединений, фирм, равно как и стран, в которых они базируются.

Любой товар, поступающий на рынок, фактически проходит там проверку на степень удовлетворения общественных потребностей: каждый покупатель приобретает тот товар, который максимально удовлетворяет его личные потребности, а вся совокупность покупателей – тот товар, который наиболее полно соответствует общественным потребностям, нежели конкурирующие с ним товары.

В экономической литературе нет однозначного определения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

Научных работ, посвященных вопросам конкурентоспособности и ее управлению, опубликовано достаточно много как в отечественной, так и в зарубежной печати. Действительно, конкурентоспособность любого товара определяется множеством факторов, которые можно классифицировать и представить в виде следующих агрегированных групп:

- потребительские свойства товара;
- потребительские свойства товаров-конкурентов;
- маркетинговая поддержка товара;
- маркетинговая поддержка товаров-конкурентов;
- характеристики целевых рынков, на которых осуществляется конкурентная борьба;
- свойства потребителей, за которых ведется конкурентная борьба.

Каждая из перечисленных групп содержит в себе ряд подгрупп, из-за чего набор факторов, определяющих конкурентоспособность каждого конкретного товара, оказывается столь значительным и своеобразным, что невозможно предложить единую методику сбора и обработки данных по этим факторам для полной диагностики уровня интенсивности конкурентной борьбы на данном рынке. Отсюда возникает задача выбора важнейших факторов, определяющих конкурентоспособность товара, что можно сделать в результате вертикальной или горизонтальной детализации.

Исходя из важности оценки потребительских свойств товара в системе конкурентоспособности, в подавляющем большинстве научных исследований главный акцент делается на характеристиках товара и товаров-конкурентов. В практике же для выбора эффективной конкурентной стратегии конкурентоспособность товара, исходя из свойств его потенциальных потребителей, этот аспект является важнейшим.

Каждый фактор конкуренции определяет характеристику конкурентной борьбы в отрасли (аграрное производство), ее прибыльность: числом предприятий, платежеспособным спросом, степенью стандартизации и т.д.

При формировании конкурентной среды необходимо учитывать вертикальную интеграцию (агропромышленное производство), которая включает производство, переработку и реализацию сельскохозяйственной продукции. Это позволяет уменьшить производственные и сбытовые затраты путем соединения последовательных производственных стадий; становится надежным источником поставок факторов производства и каналов сбыта с целью поддержания конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и продовольствия; а также способствует снижению рыночных цен и увеличению объемов производства высококачественной продукции и продовольственных товаров.

Таким образом, опираясь на основные положения макроэкономики, сельхозформирования вырабатывают свои подходы к конкуренции продукции. Цена является центральным звеном конкурентной стратегии предприятия, включающим разработку мероприятий, направленных на выживание в борьбе с конкурентами на рынке конкретной продукции.

Олигополия характерна для узкоспециализированных предприятий, занятых производством сахарной свеклы, овощей, фруктов, яиц, мясным откормом и т.д.

Перерабатывающие предприятия (молочные, консервные заводы) также относятся к олигопольной структуре рынка. В то же время относительно локального рынка они могут одновременно выступать монополистами.

В аграрном рынке присутствует монополия: производство оригинальных, элитных семян и чистопородного скота.

В сельском хозяйстве факторами производства являются: земля, труд и капитал, которые оптимально комбинируются товаропроизводителями. Например, имея определенное количество земли, сельхозпроизводитель использует ее для производства пшеницы и ячменя. Причем, по своему желанию он может выращивать один вид культуры или оба одновременно. Так как для производства пшеницы и ячменя можно одновременно использовать одинаковые по качеству и механическому составу почвы, виды техники и другие факторы производства, то эти культуры являются конкурентными.

Любой фактор производства, используемый для возделывания одной культуры, должен быть взят от другой.

Следующая конкурентная зависимость: откорм крупного рогатого скота и выращивание товарного зерна. Казалось бы, откорм требует затрат труда в течение года, производство зерна - сезонная работа, и эти два вида деятельности являются дополняющими друг друга. Это на самом деле так до тех пор, пока наличие капитала, трудовых ресурсов и земли позволяет заниматься двумя видами деятельности. Но если ресурсов недостаточно, то откорм скота и производство зерна начинают конкурировать друг с другом.

Таким образом, внутренняя конкуренция способствует оптимальному сочетанию различных видов деятельности, отраслей. Основным показателем, на основе которого достигается это оптимальное сочетание, является прибыль в расчете на единицу используемых ресурсов в абсолютном и относительном выражениях.

Одним из специфичных видов конкуренции в области удовлетворения потребностей потребителей является маркетинговая конкуренция, которая предопределяет выбор сельскохозяйственного товаропроизводителя в пользу экономической целесообразности вида деятельности, выражающейся производством конкретного продукта (потенциального товара) и формирующей на внутривладельческом уровне конкурентную среду за право эффективного использования ресурсов, основанного на воспроизводственном принципе, стратегию конкуренции. Маркетинговая конкуренция проявляется в следующих видах: функциональная (потребность в питании можно удовлетворить различными продуктами - мясом, молоком, хлебом и т.д.); видовая - мясо птицы, свинина, говядина.

Конечная цель товаропроизводителя – получение конкурентоспособной продукции, формирование которой происходит на уровне производства. В связи с этим конкурентоспособная отрасль сочетает в себе производство высококачественной продукции на основе адаптивной (интенсивной) технологии, оптимального подбора системы машин, использования высококвалифицированного труда.

В настоящее время не все отрасли в сельском хозяйстве республики отвечают этим параметрам. Только зерновое и хлопководческое производства имеют возможность применять интенсивные технологии и относительно высокий уровень механизации, что и вывело их продукцию на первую ступень конкурентоспособности. Остальные же отрасли, особенно животноводство (в конечном итоге оно стало абсолютно неконкурентоспособным) заметно проигрывают межотраслевую конкуренцию. Да и сельское хозяйство в целом, как единая отрасль в системе народного хозяйства, неконкурентоспособно в сравнении с отраслями промышленности.

Применение интенсивных технологий, высокого уровня механизации необходимые условия для получения выгоды от произведенной продукции. Поэтому конкурентоспособность отрасли оценивается как с точки зрения внутренней, так и внешней конкуренции.

В экономической литературе нет стройной системы показателей конкурентоспособности

отрасли. Их сводят главным образом к характеристикам товара и фирмы, но главным критерием конкурентоспособности отрасли является все же прибыль.

При характеристике конкурентоспособности отрасли целесообразно использовать категорию коммерческого дохода, который определяется разницей между выручкой от реализации и затраченными на ее производство ресурсами (покупные материалы, амортизационные отчисления, стоимость услуг и т.д.).

Перечисленные выше показатели являются абсолютными, но для определения конкурентоспособности важную роль играют и относительные индекс отдачи (полученной прибыли) на вложенный капитал, прибыль в расчете на величину используемых ресурсов (на 1 га, 1 гол., 1 чел.-час), уровень совокупной рентабельности и др..

Регулирование конкурентоспособности продукции предусматривает управление качеством, издержками и маркетингом.

Проблема повышения качества труда и продукции является одним из ключевых этапов развития аграрной сферы экономики республики, формируется под воздействием многих факторов и требует осуществления на всех технологических стадиях различных операций. Поэтому улучшение качества продукции по своей сути проблема комплексная, и управление этим процессом носит комплексный характер. Это совокупность мероприятий, методов и средств, направленных на увеличение производства сельскохозяйственной продукции и продовольствия, повышение ее качества наиболее экономичным путем, что, в свою очередь, обеспечивает эффективное использование материально-денежных и трудовых ресурсов и применение передовых форм и методов организации и управления производством.

1. Моосмюллер Г., Ребик Н.Н. Маркетинговые исследования с SPSS. учебное пособие. - ИНФРА-М, 2009.- С.160

2. Мишин Ю.В. Экономические основы организации конкурентоспособного производства. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2000.- С. 44

3. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. - М., 2001.- С.240

4. Хейер П.Дж. Промышленная реконструкция как средство усиления национальной конкурентоспособности // Проблемы теории и практики управления. - 2002. - №4.- С.15-23.

Бұл мақалада бәсекеге қабілеттілігінің мәні, мақсаты және оның теориялық мәселелері, сонымен бірге агроөнеркәсібіндегі бәсекеге қабілеттілігінің ерекшелігі қарастырылған.

In this article discussed theoretical aspects of essence, value of competitive ability of industry and products in general, as well as described problems of competitive ability in the agricultural sector.

С. Мукашева

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ В РК

В настоящее время инновационные процессы в Казахстане характеризуются низкой степенью активности. В Казахстане в последние годы объем финансирования науки составляет около 0,2 % [1]. Низкая инновационная активность отмечается не только в сырьевых отраслях, но и в обрабатывающей промышленности. Недостаточными являются масштабы и темпы распространения инноваций. Как правило, они внедряются на одном – двух предприятиях. Одновременно расширяются объемы заимствования зарубежных технологий, что провоцирует Казахстан на «догоняющий» путь развития по многим научным направлениям и секторам экономики, тогда как в промышленности США, Германии, Японии, Франции он достигает 70-82%, что обеспечивает этим странам прочные