

УДК 338.43:339.9 (575.2) (04)

## ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В УСЛОВИЯХ РЫНКА

*К.Д. Джумабаев* – докт. экон. наук, профессор,  
*Г.О. Осмонкулова* – соискатель

The ways are exposed for agricultural products competitive ability in the world agrarian market.

Переход Кыргызской Республики к рыночной экономике, связанный с коренной ломкой сложившейся системы производства, сопровождался негативными тенденциями, снижением эффективности аграрного сектора в целом. Объем производства основных видов сельскохозяйственной продукции снизился в несколько раз, сократилась доля сельского хозяйства в ВВП страны.

За период становления рыночных отношений в республике осуществлены соответствующие коренные преобразования, сформированы многоукладная организационно-хозяйственная и производственная структуры, ориентированные на развитие рыночной экономики.

Однако в настоящее время развитие сельского хозяйства еще не обеспечивает восстановления дореформенных объемов производства и потребления на душу населения продовольствия и сельскохозяйственных продуктов. По ряду продуктов усилилась импортозависимость. Не обеспечивается научно-обоснованный уровень потребления мяса, рыбы, фруктов и т.д. Большинство товаров сельского хозяйства республики в данное время не выдерживает конкуренции на внутреннем и мировом рынках из-за низкого качества выпускаемых пищевых продуктов, отсталой технологии переработки сельскохозяйственного сырья и некоторых других причин. Конкурентоспособность экономики сельского хозяйства может быть достигнута только в условиях ее интеграции в

мировой аграрный рынок, что требует подготовки наших крестьян к конкурентной борьбе не только на кыргызском, но и на мировом рынках. Для этого они должны добиваться не только увеличения производства, но и повышения качества и снижения себестоимости производимой ими продукции.

В экономической литературе [1–3] выделяют внешние и внутренние факторы конкурентоспособности продукции. Внешними являются неконтролируемые факторы: конкуренция, деятельность правительства, состояние экономики, как поведение потребителей, тенденция НТП и т.д.

К внутренним относятся контролируемые факторы: соответствие системы качества международным стандартам, уровень квалификации персонала, уровень затрат на производство продукции, восприимчивость к инновациям, психологический климат в коллективе, технико-технологический уровень производства.

Перечисленные выше факторы формируют конкурентоспособность продукции, которую характеризуют следующие составляющие: *качественная, маркетинговая, коммерческая, экономическая.*

Качество продукции является основной, общепризнанной составляющей конкурентоспособности продукции и определяется разработкой нормативно-технических документов, например, стандартов требования по улучшению качества продукции, которые обеспечи-

вают безопасность пищевых продуктов для жизни, здоровья потребителей, а также нормируют содержание в пищевых продуктах необходимых и вредных веществ для организма человека.

Важным фактором, влияющим на качество готовой продукции, является качество сырья, полуфабрикатов и материалов, поступающих на переработку. Основным сырьем в пищевой промышленности является сельскохозяйственная продукция растительного и животного происхождения, качество которой в свою очередь зависит от развития сельскохозяйственной науки, технического уровня производства, квалификации работников, обеспеченности удобрениями, ядохимикатами и т.д. Состав пищевого продукта должен соответствовать принципам сбалансированного, адекватного питания.

Уникальные возможности по созданию конкурентоспособной продукции может дать выпуск национальных продуктов питания, ассортимент которых очень широк и есть возможность выбрать для производства продукт, для которого имеется в достаточном количестве местное сырье, требуется несложное оборудование и технология.

*Маркетинговая* составляющая определяется качеством исследования рынка и конечных запросов потребителей, эффективностью работы по продвижению товара на рынок, стимулированием продаж, рекламной деятельностью, учетом жизненного цикла товара и другими факторами маркетинговой деятельности. Банкротство компании в большинстве случаев является результатом неконкурентоспособности маркетинговой службы. Гибкость маркетинговой службы оказывает решающее воздействие на качество продукции и доступность ее цены, которые являются общепри-

знанными факторами конкурентоспособности продукции.

*Коммерческая* составляющая конкурентоспособности свидетельствует о качестве коммерческой работы по сравнению с конкурентами, что включает уровень компетенции в подготовке и проведении переговоров и заключении торговой сделки, выбор форм и методов поставки товара, согласование условий и форм платежа, сроков и условий поставки товара и др.

*Экономическая* составляющая включает текущие затраты на эксплуатацию продукции, единовременные затраты на покупку продукции, ее транспортировку, хранение и т.д.

В целом все сельскохозяйственные предприятия должны разработать свою стратегию на базе маркетингового подхода и установить уровень цен с учетом анализа безубыточности, ассортиментных сдвигов и изменяющегося спроса на продукцию, а также ценовой политики конкурентов.

Таким образом, основными факторами конкурентоспособности продукции являются соответствие ее качества запросам потребителей и приемлемый уровень цены. Важными условиями обеспечения качества и конкурентоспособности продукции в современных условиях экономики являются создание систем управления качеством продукции на основе международных стандартов, маркетинговый подход к разработке, производству и реализации продукции, развитие национальной системы сертификации продукции и систем качества.

#### Литература

1. *Камаев В.Д.* Теория и практика предпринимательства. – М., 1997.
2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. – М., 1998.
3. *Юданов Ю.* Конкуренция: Теория и практика. – М., 1998.