

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЛОДООВОЩНОЙ ОТРАСЛИ КЫРГЫЗСТАНА (НА ПРИМЕРЕ ТОМАТ-ПАСТЫ)

Г.А. Сансызбаева

Обоснована необходимость углубления вертикальных интеграционных процессов в АПК Кыргызской Республики посредством налаживания взаимовыгодных отношений между производителями и переработчиками сельскохозяйственного сырья.

Ключевые слова: конкурентоспособность; конкурентные преимущества; лидерство по издержкам производства; эффективность производства; интеграционный процесс.

Конкурентоспособность того или иного товара характеризуется соотношением цена/качество, т. е. чем меньше стоит единица полезности продукции для потребителя (единица качества), тем более конкурентоспособна продукция. Поскольку ограничителем движения цены в сторону понижения являются издержки производства, повышать конкурентоспособность можно как за счет снижения издержек (а следовательно, и цены), так и за счет повышения качества продукции. Поэтому уровень конкурентоспособности продукции характеризуется относительным

уровнем цен и уровнем эффективности производства (производительности труда), а также качественными характеристиками продукции [1].

Минимизация издержек производства – традиционный, наиболее исследованный метод усиления конкурентных преимуществ предприятия, когда конкурентное преимущество формируется за счет увеличения прибыли (маржи между ценой продажи и себестоимостью продукции). Повышение эффективности производства и обеспечение конкурентных преимуществ на рынке за счет минимизации издержек рассмотрено на

примере предприятий плодоовощной промышленности республики.

Плодоовощная отрасль Кыргызстана имеет огромное значение в обеспечении населения качественным и разнообразным питанием и включает около 40 промышленных предприятий. Большинство предприятий отрасли не обладают широким ассортиментным набором, хотя для расширения ассортимента выпускаемой продукции имеются производственные мощности, возможности и, самое главное, спрос со стороны потребителей. На самом деле 19% предприятий отрасли выпускают более 5 видов плодоовощной продукции, 44% – не более 4 видов продукции, выпускаемый ассортимент оставшихся 37% предприятий составляет менее 4 видов продукции.

Продукция плодоовощной отрасли Кыргызстана всегда отличалась высоким качеством и спросом со стороны потребителей, в том числе и со стороны зарубежных государств. Тем не менее, за последние годы отмечается увеличение объемов импортной продукции по сравнению с экспортом.

Одной из причин снижения поставок продукции плодоовощной отрасли на внешний рынок являются более жесткие условия конкуренции – возросли требования к ассортименту, объемам поставок и к качеству поставляемой продукции, повысились требования к сертификации продукции и к финансированию предприятиями продвижения своей продукции на внешних рынках.

Наиболее значимым фактором, негативно влияющим на выпуск качественной, конкурентоспособной продукции плодоовощной промышленности республики, является несовершенство механизмов взаимоотношений сельскохозяйственных товаропроизводителей и перерабатывающих предприятий, что крайне отрицательно отражается на развитии и расширении сырьевой базы последних. Наличие множества разрозненных мелких производителей и поставщиков сырья вызывает целый ряд проблем, связанных как с поставкой разнородного качества сырья, так и с несоблюдением поставщиками условий заключенных договоров по объемам и стоимости. Не удивительно, что при подобных условиях ключевых параметров поставок сырья (качество, объемы, цены) предприятия теряют свои конкурентные преимущества.

Основной проблемой для роста экспортной продукции предприятий плодоовощной отрасли являются высокие запрашиваемые объемы поставок со стороны зарубежных потребителей (им-

портеров), которые отечественные предприятия не в состоянии обеспечить. Решить данную проблему можно через тесную производственную координацию или интеграцию всех субъектов рынка, связанных с данной отраслью – поставщиков семян, производителей сырья (фермеров), поставщиков удобрений, вспомогательных материалов и упаковки, оптовиков. Тогда объемы выпускаемой продукции увеличатся, а цены могут быть снижены за счет грамотного управления ассортиментом и издержками производства, что обеспечит конкурентные преимущества кыргызстанских поставщиков на данном сегменте рынка.

Недостаток собственных и привлеченных средств и инвестиций перерабатывающих предприятий препятствует повышению технической оснащенности самого предприятия и оказанию фермерам как одним из главных компаньонов интеграционных связей финансовой, технической, материальной, консультационной поддержки. Поэтому целесообразно включить в интеграционный процесс и финансовые структуры (коммерческие банки, кредитные союзы, инвестиционные фонды) для обеспечения всех звеньев интеграции доступными финансовыми ресурсами.

Бесспорная привлекательность томатной промышленности определяется тем, что объемы потребления томатной пасты в мире на протяжении последних двадцати лет неуклонно растут. Так, потребление томатных продуктов на душу населения в Европе составляет 19, в Канаде – 23, в США – 30 кг/год. В последние годы спрос на томатную продукцию быстро растет и в странах с формирующимся рынком, например в России, в странах Восточной Европы, Ближнего Востока, Африки, Китае и Индии. Сказанное выше подтверждает важность роли, которую играют томатные продукты в питании [3].

В Кыргызстане томатную пасту выпускают 14 предприятий плодоовощной отрасли. Выпускаемая двумя предприятиями (ОсОО “МУРОК” и ОсОО “Айлана”) томатная паста в асептических мешках объемом 220 кг пользуется высоким спросом на внешнем рынке. ОсОО “МУРОК” – предприятие, имеющее возможность производить томатную пасту по мировым стандартам качества по технологии “хот-брек” на оборудовании компании “МАНЗИНИ КО-МАКО” (Италия). Продукция ОсОО “МУРОК” позиционирована на рынке как высококачественная, реализуется по конкурентоспособным ценам, причем более 90% идет на экспорт. Эффективное функционирование предприятия

ООО "МУРОК" основывается на проведении грамотной программы антикризисного управления менеджерской группой. Для реализации программы антикризисного управления было проведено маркетинговое исследование по томатной пасте и соответствующему товарному рынку [4].

Анализ основных факторов обеспечения конкурентных преимуществ показал, что качество и цена томатной пасты прямо зависят от качества и цены исходного сырья. Учитывая тот факт, что расходы на приобретение сырья в производстве томатной пасты составляют от 50 до 75% от совокупных производственных издержек, наиболее оптимальным методом достижения конкурентных преимуществ представляется метод минимизации издержек в форме определения оптимальной закупочной цены, обеспечивающей достижение конкурентоспособности за счет лидерства по издержкам на закупку сырья. Указанное обстоятельство предопределило необходимость выработки и реализации отдельного комплекса мероприятий, учитывающих экономические интересы крестьян-сдатчиков, по обеспечению предприятия в сезон требуемых объемов и качества помидоров согласно утвержденному графику поставок (и что не менее важно), по установлению приемлемых и экономически оправданных закупочных цен. В результате практически весь выращенный фермерами, заключившими договоры с предприятием, урожай томатов был выкуплен по ценам, обеспечившим максимальную среди других возделываемых культур (хлопок, табак, зерно и т.п.) доходность, дан толчок в направлении промышленных посадок томатов в регионе. Социально-экономический эффект реализован в росте доходов и благосостояния крестьян-партнеров предприятия, повышении занятости среди населения и преодолении бедности в регионе, увеличении налоговых и социальных платежей со стороны участников интеграционных связей.

В результате проведенного исследования была определена ассортиментная и сбытовая политика предприятия и в качестве потребителей позиционированы компании-производители широкого ассортимента томатной продукции России, Белоруссии и Казахстана. Как выяснилось, на российском рынке доминирует импортная томатная паста – в 2008 г. ее доля составила 80%. На дальнейшую переработку в промышленный сектор поступает 75% от всей томатной продукции. Этот факт определил ассортимент предприятия – томатная паста в асептической упаковке

емкостью более 220 кг, которая в дальнейшем используется в секторе промышленного потребления для производства томатного сока, соусов, кетчупов и др. Данная продукция может занять свою нишу на российском рынке в рассматриваемом сегменте рынка.

Дальнейшее исследование российского рынка выявило, что основным импортером томатной пасты является Китай, который поставляет в Россию 60% всего импорта томатной пасты. Следовательно, позиционирование кыргызстанской томатной пасты необходимо вести по отношению к китайским конкурентам и за счет конкурентных преимуществ увеличить присутствие отечественной томатной пасты на российском рынке. В настоящее время доля поставляемой в Россию из Кыргызстана томатной пасты составляет всего лишь 0,04 %.

По мнению китайских отраслевых экспертов, оптимальная цена на томатную пасту в Китае составляет – 850–900 долл. США за тонну, что позволяет поддерживать должный уровень доходности предприятий за счет разумной прибыли и окупаемости вложенных инвестиций. В этом случае конкурентную цену кыргызстанской томатной пасты на перспективном российском рынке можно определить в 800 долл. США за тонну (в т.ч. на среднесрочную перспективу), при себестоимости в 400–450 долл. США за тонну. Предлагаемая цена кыргызстанской томатной пасты, безусловно, привлекательна для российских потребителей и конкурентна по отношению, в первую очередь, к китайским производителям.

Иначе говоря, определение оптимальной закупочной цены обеспечивает достижение конкурентоспособности за счет лидерства по издержкам на закупку сырья, является одним из основных моментов экономической эффективности производства в целом и конкурентным преимуществом на внутреннем и внешнем рынке.

На основании сказанного выше можно сделать следующие выводы:

1. Государственная агропромышленная политика в Кыргызской Республике должна быть ориентирована на обеспечение эффективности и устойчивого развития всего сельскохозяйственного и перерабатывающего комплексов, в том числе плодоовощной отрасли. Поэтому государственные регулирующие механизмы должны быть направлены на углубление интеграционных процессов в агроперерабатывающем комплексе с соответствующим механизмом хозяйствования и экономическими отношениями.

2. Единая технологическая цепочка – от выращивания сельскохозяйственной продукции до реализации готовой продукции – как результат проведения единой технологической, финансовой и сбытовой политики будет обеспечивать развитие интеграции и кооперации, которое в свою очередь повысит конкурентоспособность предприятий плодоовощной отрасли на внутреннем и внешнем рынках.

Таким образом, эффективное развитие и повышение конкурентоспособности плодоовощного сектора Кыргызской Республики связано с необходимостью углубления интеграционных процессов в АПК страны.

Литература

1. Мицберг Г., Альстренд Б., Лэмпбел Дж. Школы стратегий. СПб.: Питер, 2000.
2. The Center for Training and Consulting (CTNC). Отчет по исследованию отрасли переработки овощей и фруктов Кыргызстана. Бишкек, 2008.
3. BusinesStat. Комплексный анализ маркетинговых данных. М., 2008.
4. Сансыбаева Г.А., Окенов А.К. Практика антикризисного управления на примере ОсОО “МУРОК”// Материалы Респ. науч.-практ. конф. “Проблемы реализации КОР Кыргызской Республики”. Бишкек, 2002.