

## **ИНДУСТРИАЛЬНО – ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

**Баймуханова С.Б., к.э.н.  
КазНУ им. аль-Фараби, доцент  
Казахстан, г. Алматы**

### **Аннотация**

*Конкурентоспособность является особо важным фактором развития экономики любой страны и наилучшим показателем экономической эффективности хозяйственного комплекса. В связи с этим в статье рассматривается роль индустриально-инновационной политики для производства конкурентоспособных видов продукции и товаров в пищевой промышленности страны.*

### **Annotation**

*Competitiveness is a particularly important factor in the development of any economy, and the best measure of the economic efficiency of an economic complex. In this regard, the article discusses the role of industrial and innovation policy for the production of competitive products and goods in the food industry.*

В целях обеспечения устойчивого развития страны на основе диверсификации и модернизации экономики, создания условий для производства конкурентоспособных видов продукции и роста экспорта была принята Стратегия индустриально- инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы.

Главной целью Стратегии является достижение устойчивого развития страны путем диверсификации отраслей экономики, способствующей отходу от сырьевой направленности, а также подготовка условий для перехода в долгосрочном плане к сервисно-технологической экономике.

Производство конкурентоспособных и экспортно-ориентированных товаров, работ и услуг в пищевой промышленности и сфере услуг является главным предметом государственной индустриально-инновационной политики.

Обострение конкурентной борьбы между мировыми производителями продовольствия за расширяющиеся рынки сбыта усугубляет проблему конкурентоспособности отечественной продукции.

Среди проблем развития рыночных отношений в XXI веке в странах с экономикой переходного типа особое место занимает проблема адаптации в мировую экономику. Казахстану, согласно выдвинутым Президентом Н.А.Назарбаевым в его Послании народу «Казахстан - 2030» стратегическим приоритетам в развитии страны на долгосрочную перспективу, предстоит решать задачу обеспечения экономического роста на основе двух принципиальных положений: во-первых, обеспечения все большей открытости национальной экономики и, во-вторых, использования преимуществ от особого геополитического положения Казахстана («связующего звена» между многочисленными крупными рынками). [1. Назарбаев Н.А. Казахстан-2030: Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев. Послание Президента народу Казахстана. Алматы, 1997].

Развитие современного научно-технического прогресса, который привел к новому витку обобществления производства всей мировой системы на основе образования транснациональных монополий и интеграционных союзов, создало качественно новые условия для международного разделения труда. Данные условия, как отмечает М.Б. Кенжегузин, ставят границы для простого обмена товарами и роста индивидуального капитала, но расширяют возможности для межстранового обмена технологиями и развития специализации. [2.Кенжегузин М.Б. Итоги реформ

и проблемы нового этапа развития экономики Казахстана // Трансформация экономики Казахстана (итоги, перспективы). Алматы, ИЭ МОН РК, 2002, 264с.] таким образом, вопрос включения и адаптации Казахстана в мировую хозяйственную систему лежит в более широкой плоскости – геоэкономической. Отсюда, поиск системы механизмов адаптации казахстанской экономики в мирохозяйственные связи не следует ограничивать исключительно механизмами адаптации в сфере внешнеторговых отношений. Данная система должна содержать все механизмы «воспроизводственного блока», позволяющие обеспечивать надлежащий уровень согласования национального воспроизводства с мировыми воспроизводственными циклами. Исходя из данного стратегического ориентира, основная задача нашего государства в ближайшие годы заключается в приоритетном развитии тех секторов отечественной экономики, которые по своей значимости, в наибольшей мере раскрывают внутренний потенциал национальной экономики, как самостоятельной органической части мирохозяйственного комплекса. В данном случае речь идет не только о развитии внешнеэкономической деятельности, а о взаимодействии национальной экономики с мировыми воспроизводственными процессами. В этой связи особую актуальность приобретают вопросы создания конкурентоспособного национального производства, которое позволит значительно укрепить позиции республики на мировых рынках.

Повышение конкурентоспособности отечественной экономики, обеспечение экономической независимости и национальной безопасности, повышение благосостояния граждан в условиях нарастающих глобализационных процессов, наметившегося курса интеграции Республики Казахстан в мировую экономику выступает в качестве основных стратегических ориентиров дальнейшего развития нашего государства. [3. Назарбаев Н.А. Основные направления внутренней и внешней политики на 2004 год. Послание Президента народу Казахстана // Казахстанская правда, № 96-97, Алматы, 05.04.03, № 96-97; 4. Назарбаев Н.А. Послание Президента народу Казахстана. Казахстанская правда, Астана, 19.03.04.]

Неоспоримая актуальность данных, поставленных руководством страны, задач по всестороннему и ускоренному наращиванию экономического потенциала республики предопределила необходимость детального изучения, как в теоретическом, так и в практическом плане, таких качественно новых для развивающейся казахстанской экономики понятий, как «конкурентоспособность», «индустриально-инновационное развитие», «экономическая безопасность» и т.д.

Как свидетельствует мировой опыт, конкурентоспособность является особо важным фактором развития экономики любой страны и наилучшим показателем экономической эффективности хозяйственного комплекса.

Достижение успеха в создании конкурентоспособной экономики характеризуется прохождением ряда стадий, позволяющих накопить необходимый потенциал.

Страны, находящиеся на начальных стадиях преобразований, характеризуются наличием довольно узкого круга отраслей, производящих конкурентоспособные товары. Конкурентные преимущества достигаются в основном за счет таких базовых факторов, как природные ресурсы и дешевая рабочая сила [5.Кенжегузин М.Б. Индустриально-инновационное развитие Республики Казахстан // Саясат-Policy, 2003, № 3, с.4-7]. При этом, отсутствие высоких технологий компенсируется низкими ценами. Выход на внешний рынок опосредован созданием совместных предприятий с зарубежными партнерами, которые являются поставщиками новых технологий или иногда выполняют управленческие функции.

Отсутствие высоких технологий и ограниченность видов экспортной продукции делает экономику слишком чувствительной к колебаниям мировой конъюнктуры. Такая экономика в современных условиях успеха не добивается. Это наглядно видно на примере постсоветских новых независимых государств, когда ставка лишь на сырьевые производства не принесла успеха. В группу стран, стоящих на первой стадии, можно отнести большинство развивающихся стран, хотя не избежали ее при своем развитии индустриально развитые страны.

На второй стадии накопления потенциала конкурентоспособности успех зависит от возможностей экономики инвестировать в расширение производства, ее технологическое

первооружение. Используемая технология не всегда самая современная, но достаточно развитая и адаптированная к возможностям страны. Способность улучшить применяемую технологию – вот оценка успеха страны на данной стадии. Решение этой задачи позволяет на фоне более тесного вхождения в мировую систему производства и повышения открытости экономики обеспечить конкурентоспособность товаров собственного производства на внутреннем рынке с постепенным выходом их на внешний рынок.

Совокупность факторов конкурентоспособности та же, что и на предшествующей стадии, но применение и освоение более сложных технологий позволяет гораздо эффективнее использовать эти факторы. Эту стадию прошли не только все развитые страны, но и развивающихся страны тоже, достичь ее удалось немногим. (Южная Корея, Сингапур, Тайвань).

Третья стадия предполагает не только использование новых высоких технологий, но и их разработку и распространение, что позволяет компенсировать те или иные недостатки экономики страны. Показателем достижения страны на этой стадии выступает расширение конкурентоспособности в наукоемких производствах и отраслях машиностроения, развитие сферы нематериального производства (финансовые, посреднические и иные виды услуг), увеличение числа транснациональных корпораций. Яркий пример достижения третьей стадии представляют собой индустриально развитые страны США, Германия, Франция,

Если все вышеизложенные параметры применить для определения конкурентоспособности экономики Казахстана, то, на наш взгляд, она относится к странам, находящимся на первой стадии.

С приобретением независимости и суверенитета на сегодняшний момент, республика находится на стадии, характеризующейся наличием довольно узкого круга отраслей, производящих конкурентоспособные товары. Отрасль по общепринятым меркам считается конкурентоспособной, если на нее приходится не менее 25-30% мирового экспорта.

Казахстану, в силу однобокости структуры производства, несмотря на наличие достаточно крупного производственного комплекса, трудно конкурировать как на внешнем рынке, так и на внутреннем. К проблеме повышения конкурентоспособности отечественной промышленной продукции необходимо подходить объективно, учитывая реалии, сложившиеся в мире материального производства. Среди комплекса мер, способствующих подъему реального сектора промышленности, наиболее адекватными являются направления, нашедшие отражение в «Стратегическом плане развития Республики Казахстан 2010 года». В соответствии с этим документом, исходя из потенциальной способности составить конкуренцию импортным товарам, их на внутреннем рынке и постепенно найти нишу на мировом, выделены три блока отраслей внутренней ориентации: высококонкурентный, в который вошли пищевая, нефтегазоперерабатывающая промышленности и электроэнергетика; среднеконкурентный, включающий машиностроение и промышленность строительных материалов; низкоконкурентный – легкая (текстильно-швейная, кожевенно-обувная) и деревообрабатывающая промышленности.

Основными задачами реализации этих направлений являются:

- Для пищевой промышленности: развитие импортозамещающих производств, экспорта в отдельных сегментах продовольственных рынков; осуществление разумного торгового протекционизма, защита внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции, демпинга и субсидированного экспорта;

- Для нефтегазоперерабатывающей промышленности и электроэнергетики обеспечение загрузки действующих энергопроизводящих и нефтеперегонных мощностей; обеспечение энергетической независимости страны, строительство газотурбинных установок в Западном Казахстане и мощных гидроэлектростанций на юге-востоке республики; ввод в действие газоперерабатывающих мощностей и газопроводов для внутренних рынков сбыта; реконструкция нефтеперерабатывающих заводов с целью повышения глубины переработки нефти;

- Для машиностроения: развитие тракторного, сельскохозяйственного и транспортного машиностроения; производство оборудования для нефтегазового сектора, горно-металлургического комплекса; обеспечения перемещения заказов на оборудование и комплектующие для

нефтегазового сектора и горно-металлургического комплекса на машиностроительных предприятиях республики; формирование заделов и освоение высокотехнологических производств, в том числе на условиях франчайзинга, приобретения патентов и лицензий; создание совместных предприятий ведущих производителей машин и оборудования, электронной и электротехнической продукции;

- Для промышленности строительных материалов: модернизация и техническое перевооружение производственной базы на основе новых технологий и техники; создание совместных предприятий ведущих производителей строительных материалов;

- Для легкой и деревообрабатывающей промышленности: перепрофилирование или сегментация малоэффективных производств, создание на их базе мелких и мобильных конкурентоспособных производств [6. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2010 г. Утвержден Указом Президента РК от 4 декабря 2001 г., № 735 // собрание актов Президента РК и Правительства РК, № 43-44, Астана, 2001, 452 с.]

Как никакая другая страна, Казахстан обладает практически всем необходимым, чтобы производить конкурентоспособную продукцию и благодаря этому коренным образом изменить структуру экспорта и импорта. В основе проводимой работы лежит концепция политики импортозамещения, включающая меры, способствующие сокращению импорта и поддержке отечественных товаропроизводителей. Что касается последнего, то необходимо четко определить те отрасли производства, где возможно на базе реконструкции и создания новых мощностей – наладить импортозамещающие производства. Вместе с тем, нельзя допустить закрытия казахстанского рынка для импорта, поскольку он является стимулом для отечественных производителей к совершенствованию своей продукции, которая должна быть разнообразной и высококачественной. Определив для себя такую задачу, необходимо проводить постепенное сближение качества казахстанской конкурентной среды с качеством аналогов мирового рынка.

Решение этих задач позволяет на фоне более тесного вхождения в мировую систему производства и повышения открытости экономики обеспечить конкурентоспособность товаров собственного производства на внутреннем рынке с постепенным выходом их на внешний рынок.

Приступая к изучению характеристики «конкурентоспособность», ее взаимосвязи с рыночной стратегией и качественно новой экономической категорией «гибкое развитие предприятия», определим, что принято понимать под данной дефиницией.

В экономической науке понятие «конкурентоспособность» является весьма спорным. Это обуславливает значительные различия в показателях конкурентоспособности и ее определениях. Изучив труды ряда отечественных и зарубежных исследователей и систематизировав встречающиеся в них понятия, наиболее логичной и полновесной нам представляется следующая трактовка, представленная К.А.Сагадиевым в одной из последних его работ: «конкурентоспособность нации – это уровень возможностей страны в рамках свободной рыночной экономики в производстве товаров и услуг, которые соответствуют требованиям международных рынков, при этом поддерживая и увеличивая реальные доходы населения в течение длительного времени» [7. Сагадиев К.А. Проблемы конкурентоспособности национальной экономики // Саясат-Policy, 2002, № 12, с. 78-82].

С понятием конкурентоспособности организации, как правило, связывают оценку ее возможностей противостоять конкурентам, сохранять и приумножать потребителей, обеспечивая эффективную производственно-хозяйственную и коммерческую деятельность [8. Турусин Ю.Д., Ляпина С.Ю., Шаламова Н.Г. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2003, 232 с.].

В свою очередь, конкурентоспособность товара, по мнению М.И.Кныш, это степень притягательности данного продукта для совершающего реальную покупку потребителя [9. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. СПб.: Любавич, Санкт-Петербург, 2000, 35]. Раскрывая сущность понятия конкурентоспособность товара, К.Бейсембетов отмечает, что конкурентоспособность – это характеристика товара, отражающая его отличие от товара –

конкурента как его степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение [10.Бейсембетов К., Долдаханова Ж., Алипбаева Д., Оспанова А.К. К проблеме конкурентоспособности на рынке потребительских товаров // Аль-Пари, 2001, № 4, с. 47-51].

Анализируя представленные трактовки, в частности, конкурентоспособности товара, становится очевидным, что наиболее часто под данной экономической категорией понимают способность товара соответствовать ожиданиям потребителей, быть реализованным. Конкурентоспособность, помимо качества, включает в себя маркетинговую, коммерческую и экономическую составляющие, которые образуют цену потребления товара, которая не сводится к цене приобретения, а включает экономичность использования товара в процессе эксплуатации.

Таким образом, конкурентоспособность товара – проблема плановая и сложная, степень преодоления ее без преувеличения можно сделать мериллом уровня развития экономики страны в целом.

На уровень конкурентоспособности продукции значительное влияние оказывают такие факторы рынка, как степень удовлетворения спроса на трудоемкость отдельных сегментов рынка, наличие конкурентов, социально-демографические характеристики товаров, развитие снабженческо-сбытовой сети и послепродажного сервиса (обслуживания). Для каждого товара необходимо оценить его уровень конкурентоспособности с тем, чтобы в дальнейшем провести анализ и выработать успешную ценовую политику. Исследования поведения покупателей показывают, что в них процессе сравнения и отбора выигрывает тот товар, у которого положение полезного эффекта к затратам на его потребление и приобретение максимально по сравнению с другими аналогичными товарами.

#### **Список использованной литературы:**

1. Назарбаев Н.А. Казахстан-2030: Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев. Послание Президента народу Казахстана. Алматы, 1997.
2. Кенжегузин М.Б. Итоги реформ и проблемы нового этапа развития экономики Казахстана // Трансформация экономики Казахстана (итоги, перспективы). Алматы, ИЭ МОН РК, 2002, 264с.
3. Назарбаев Н.А. Основные направления внутренней и внешней политики на 2004 год. Послание Президента народу Казахстана // Казахстанская правда, № 96-97, Алматы, 05.04.03, № 96-97
4. Назарбаев Н.А. Послание Президента народу Казахстана. Казахстанская правда, Астана, 19.03.04.
5. Кенжегузин М.Б. Индустриально-инновационное развитие Республики Казахстан // Саясат-Policy, 2003, № 3, с.4-7
6. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2010 г. Утвержден Указом Президента РК от 4 декабря 2001 г., № 735 // собрание актов Президента РК и Правительства РК, № 43-44, Астана, 2001, 452 с
7. Сагадиев К.А. Проблемы конкурентоспособности национальной экономики // Саясат-Policy, 2002, № 12, с. 78-82.
8. Турусин Ю.Д., Ляпина С.Ю., Шаламова Н.Г. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2003, 232 с
9. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учеб.пособие. СПб.: Любавич, Санкт-Петербург, 2000, 35
10. Бейсембетов К., Долдаханова Ж., Алипбаева Д., Оспанова А.К. К проблеме конкурентоспособности на рынке потребительских товаров // Аль-Пари, 2001, № 4, с. 47-51