

А.М. Расулова^{1*}, А.А. Умырзакова²

^{1,2}Университет «Нархоз», Алматы, Казахстан

¹Asem.Rasulova@narхоз.kz; ²Aida.umyrzakova@narхоз.kz

¹ <https://orcid.org/0000-0003-3748-4734>; ² <https://orcid.org/0000-0001-9594-7974>

Пути повышения конкурентоспособности производителей сливочного масла в условиях импортозамещения

Аннотация

Цель: В статье отображены статистические данные стран ЕАЭС, где указана доля импорта молочной продукции Казахстана. А также пояснение того, по каким критериям потребители молочной продукции отдают предпочтение продукции импортного производителя, а по каким — отечественного производителя.

Методы: Используемая методология и подход — статистические данные, качественный метод, а именно: анкетирование.

Результаты: Теоретическая ценность работы: найти особенности отечественных предприятий, рассмотреть конкурентные, экономические факторы предприятия. Благодаря количественным и качественным исследованиям (структурированное интервью) авторы рассмотрели необходимость изучения вкусов потребителей и замены их на отечественную продукцию.

Выводы: По результатам анкетирования среди потребителей сливочного масла выяснилось, что большинство при выборе сливочного масла руководствуются такими критериями, как качество, натуральность ингредиентов, а также ценовая политика. Для того, чтобы предприятие было конкурентоспособным на рынке пищевой промышленности, необходимо особое внимание уделять качеству продукции. Так как это напрямую влияет на дальнейший выбор потребителя.

Ключевые слова: сливочное масло, импорт, конкурентоспособность, качество, цена, пищевая промышленность, потребители, страны ЕАЭС.

Введение

Конкурентоспособность национальной экономики необходима, так она обеспечивает занятость населения, повышает платежеспособность населения и дает возможность отечественным производителям конкурировать с импортными производителями. Результат высокой степени конкурентоспособности, в составе нынешней международной экономики, вероятен только лишь в государстве с большой степенью денежных средств. Развитие отечественной пищевой промышленности, преобразование ее в эффективный и доходный сектор экономики являются главным фактором обеспечения продовольственной защищенности государства и затрагивают интересы всей экономической системы страны.

Конкурентоспособность предприятий характеризуется различными критериями и показателями, которые можно разделить на следующие категории: промышленные, торговые, координационные (сервисные) и финансовые. К внутренним критериям относятся промышленные, координационные, финансовые, общественно-финансовые. К внешним: финансовые, общественно-политические, научно-технические. Совокупность компонентов состоит из стоимости товара, качества и привлекательности. Подсчет особенностей сведений компонентов даст возможность создать теорию, стратегию и программные указатели для увеличения конкурентоспособности продуктов (продукта, труда, услуг), изготовления, хозяйствующих субъектов, сферы, района (региона) и государства.

В Республике Казахстан существует ряд вопросов касательно снижения объемов внутреннего производства молочной продукции. Большинство производителей сталкиваются с такими проблемами, как финансовые затруднения, устаревание основных средств, вопрос выживаемости, нехватка сырья, вероятность банкротства. И по этим причинам, зачастую, отечественным предприятиям сложно конкурировать с импортными производителями.

Литературный обзор

Импортозамещение пищевой индустрии в Казахстане считается одной из приоритетных задач, стоящих перед государством. Так как дает представления определенного образа финансовой стратегии и промышленной деятельности страны. Импортозамещение направлено на обеспечение отечест-

* Автор корреспондент.

E-mail address: Asem.Rasulova@narхоз.kz

венного потребителя товарами, произведенными внутренними производителями, за счет замещения импортируемых продуктов государственного производства (Grabowski R., 1994). Но это самое сплошное представление об импортозамещении, которое нужно дополнить надлежащими жизненными обстоятельствами, такими как конкурентоспособность фирмы. В условиях импортозамещения конкурентоспособность отечественных предприятий, как правило, повышается (Igor N. Goretov, Faina Z. Gumarova & Evgeny I. Tsaregorodtsev, 2015). Как показывают исследования в области повышения конкурентоспособности отечественных предприятий, отечественная продукция зачастую неконкурентоспособна, и по этой причине возникают вопросы импортозамещения в стране. Далее выделим три направления.

Первое направление нацелено на рассмотрение вопроса актуальности импортозамещения. Рассмотрим подробнее опыт России, который исследовал ученый О.А. Миронов. Он описывал успешный опыт Восточной Азии по внедрению стратегии импортзамещения. Восточная Азия сделала акцент касательно импортозамещения на разносторонность по географическому местоположению экспорта. Основной экспорт со стороны Восточной Азии был нацелен на Европу с целью обеспечения сельскохозяйственной продукцией. Главная причина — не развитие данного сектора в Европе, а отсутствие рационального обмена в агропромышленном секторе (А.А. Ivanovich, D.V. Vasilyevich, 2015).

Как показывает международная практика, импортозамещение в стране может иметь и отрицательный характер. По этой причине государственная поддержка в области развития пищевой промышленности в стране очень необходима, поскольку влияет на повышение конкурентоспособности отечественных производителей. Того же мнения придерживаются и исследователи Республики Казахстан и России.

В результате исследований ученых (В.А. Семькин, В.В. Сафронов, В.П. Терехов, 2014) было выяснено, что импортозамещение — это процесс оптимизации структуры экономики страны. Для уменьшения риска увеличения импортных товаров в пищевой промышленности, необходимо создать условия для повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. А также путем создания дополнительных производств, способствующих замене импорта, позволяющих делать экономику независимой от внешних рисков, внутренних факторов и удорожания сырья, услуг логистики и продовольствия. Эффективность импортозамещения состоит из стратегии, которая позволяет переходить на использование отечественной продукции, помогает избавляться от импортной продукции и дает возможность перейти на мировой уровень, создавая дополнительный спрос на собственное оборудование, сырье, энергоносители, рабочую силу.

Далее ученые Н. Пронина, Д.И. Оганезова, О.В. Усенкова (2014) исследовали вопрос о том, как стратегия импортозамещения в стране мотивирует отечественных производителей пищевой промышленности выпускать более конкурентоспособный товар, соответствующий международным стандартам. Но, как правило, такая продукция будет выпускаться с высокой добавленной стоимостью.

Кроме того, отдельного внимания заслуживает анализ конкурентоспособности на макроуровне (Piwowar, 2012). М. Портер (2003) доказал, что международная конкурентоспособность отраслей способствует стимулированию конкурентоспособности страны. Но конкурентоспособность непосредственно индустриальной компании возможно вообразить, равно как и умение осуществить работу с абсолютным применением возможных способностей, нацеленных на увеличение производительности продукции. Данное исследование объясняет его формирование в базе его конкурентоспособных положительных сторон, вероятность в конкретный промежуток конкурировать ему с иными бизнесменами-соперниками в отраслевом торге, а также снабжать покупателей поставляемыми продуктами, предложениями, также исполняемым трудом (Н.Т. Асылбекова, 2013). По мнению Н.Т. Асылбековой, если в стране процесс переработки в пищевой промышленности не налажен, то это оказывает влияние на низкую конкурентоспособность отечественных производителей, что, в свою очередь, ведет к росту доли импорта. Абсолютно справедливо отмечено, что конкурентоспособность на рынке должна быть приоритетом не только для предприятий, но и для всей страны (B. Corchuelo, F.J. Mesías, 2017).

Впоследствии необходимо определить методы управления качеством, применяемые в компаниях. Результаты отдельных шагов сравнивались и с выводами относительно фактического уровня удовлетворенности клиентов качеством продукции, оценивалось влияние управления качеством на качество продукции и удовлетворенность клиента управлением качеством на производительность компании (Petr Suchánek, Jiří Richter, Maria Králová, 2017). На современном рынке основным источником конкурентных преимуществ является способность предприятий разрабатывать и внедрять новые или значительно улучшенные продукты и процессы (Piwowar, 2015).

Одна из основных причин, по которой страдает агропродовольственный сектор, состоит в том, что данная отрасль сильно зависит от логистики и маркетинга, поскольку значительная часть компаний (86,7 % от компании с менее чем 10 сотрудниками) также определяет его стратегические возможности и их конкурентоспособность, ограничивая их потенциал, продуктивные и технологические инновации, логику (B.Corchuelo, F.J. Mesías).

Методы

Было проведено анкетирование среди потребителей сливочного масла. Выявлено, что многие респонденты предпочитают отечественное сливочное масло, однако по качеству оно их полностью не удовлетворяет. В анкетировании участвовало население из разных городов Казахстана. В опросе были задействованы 554 человека.

Процесс реализации импортозамещения в данном случае в этих и других отраслях возможен за счет наличия:

- высокопроизводительных технологий;
- конкурентоспособных предприятий, способных предложить продукцию высокого качества по рыночным ценам.

В длительной перспективе сокращение импортной зависимости возможно путем внедрения инноваций и стимулирования вложений в технические отрасли и формирования новых производств в различных регионах.

Авторами дана оценка состояния молочной продукции стран Евразийского экономического союза за 2014–2019 гг. с использованием статистических данных стран-членов Таможенного союза и Единого экономического пространства.

Производство основных видов молочной продукции, в целом, по ЕАЭС за период 2014–2019 гг. имеет положительную динамику. В 2017 г. было произведено: молока жидкого обработанного — 7 210,9 тыс. т, или на 17,2 % больше уровня 2011 г., сливочного масла — 393,9 тыс. т, или на 19,5 %; сыров — 815,0 тыс. т, или на 32 %, соответственно.

На рисунке 1 приведена статистика динамики производства молочной продукции стран ЕАЭС, где наглядно показано соотношение производства по каждой разновидности молочной продукции.

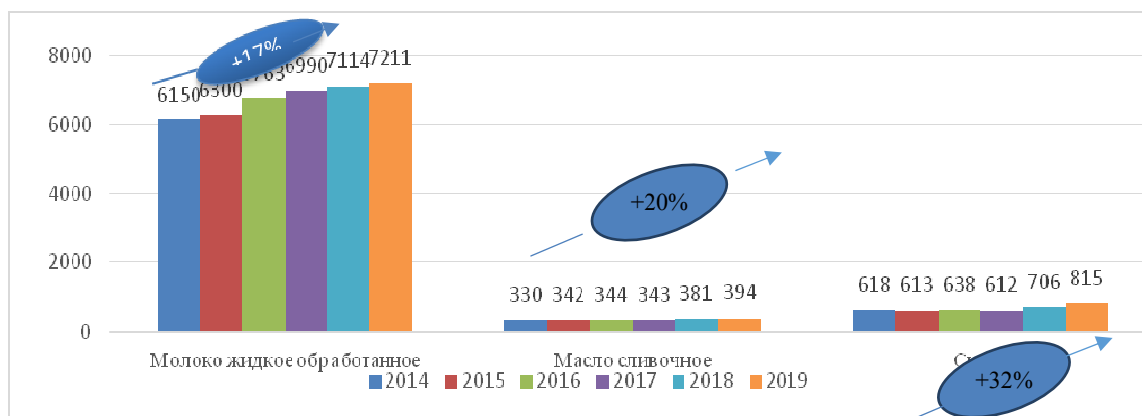


Рисунок 1. Динамика производства основных видов молочной продукции в ЕАЭС, тыс. т

Примечание. Составлено автором и на основе статистических данных.

По статистическим данным наблюдается рост производства с 2014 г.: по молоку жидкому обработанному в Казахстане — в 1,6 раза, Беларуси и Армении — в 1,5, в Кыргызстане — на 18 % и России — на 9 %; сливочному маслу в России — на 23 %, Казахстане — на 22 %, Беларуси — на 15 %; сырам — в Казахстане — в 1,9 раза (включая творог), России — на 34 %, Беларуси — на 24 %, Армении — на 9 %.

Как видно из графика, Казахстан по производству сливочного масла занимает второе место из среди стран ЕАЭС (см. рис.).

Значительно сократились по сравнению с 2015 г. объемы производства масла сливочного в Армении и Кыргызстане (в 2 раза), кроме того, в Кыргызстане уменьшилось производство сыров (на 6 %) (см. табл.).

Таблица. Производство молочной продукции в государствах-членах ЕАЭС, тыс. т

Продукция по странам	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2019 г. в % к 2015 г.
Молоко жидкое обработанное — всего, в том числе	7 113,6	7 323,6	7524,6	7706,8	7958,6	112
Армения	430,0	460,9	476,3	492,8	502,3	116
Кыргызстан	30,6	31,8	33,4	34,2	36,8	120
Беларусь	831,8	886,6	902,8	922,7	934,9	112
Казахстан	472,9	466,7	489,4	492,3	501,7	106
Россия	5 348,3	5490,5	5622,7	5764,8	5982,9	111
Масло сливочное — всего, в том числе	381,5	393,9	418,1	437,5	454,2	119
Армения	1,1	0,6	0,9	1,02	1,3	118
Кыргызстан	2,2	3,2	3,8	4,1	4,4	50,0
Беларусь	106,7	117,8	123,5	134,8	142,3	133
Казахстан	16,8	16,6	17,8	18,2	18,7	111
Россия	252,7	260,6	272,1	279,4	287,5	113

Примечание. Составлено авторами на основе статистических данных.

По сравнению с 2015 г. во всех государствах-членах отмечен рост производства основных видов молочной продукции, за исключением молока. Потребление молока и молокопродуктов населением государств-членов ЕАЭС по сравнению с 2017 г. увеличилось, за исключением России, где среднедушевое потребление уменьшилось на 3 кг до 244 кг при рекомендуемой рациональной норме — 320–340 кг в год.

Производство молока обработанного выросло в Кыргызстане — на 20 % до 36,8 тыс. т, в Армении — на 16 % до 502,3 тыс. т, в Казахстане — на 6 % до 501,7 тыс. т, в Беларуси — на 12 % до 934,9 тыс. т. Высокий рост к уровню 2015 г. достигнут в государствах-членах по производству масла сливочного — в Кыргызстане в 2,3 раза до 4,4 тыс. т, в России — на 13 % до 287,5 тыс. т, в Беларуси — на 33 % до 142,3 тыс. т и в Казахстане — на 11 % до 18,7 тыс. т.

В 2015 г. потребление молочных продуктов в Беларуси увеличилось на 6 кг, что показывает увеличение потребности в данной продукции. Однако необходимо отметить, что, в связи с ростом потребительских цен, объемы среднедушевого потребления молока падают.

Значительно повысилось по сравнению с 2015 г. потребление молока и молочных продуктов в Армении на 32 кг до 261 кг, однако это меньше рекомендуемой нормы потребления (337 кг).

Так как в Казахстане потребление за период 2013–2019 г. увеличилось на 22 кг до 226 кг, это означает, что нормы потребляемого населения молочной продукции значительно растут. В Кыргызстане — на 4 кг до 216 кг (национальные нормы потребления — 218 и 200 кг, соответственно) (рис. 2). Ниже приведены статистические данные по реализации молочной продукции на рынке Казахстана.



Рисунок 2. Структура реализации молочной продукции (без учета молока свежего) за 2019–2020 гг. (январь – ноябрь)

Примечание. Составлено авторами на основе данных Молочного союза Казахстана.

В группе молочных продуктов отмечено незначительное увеличение экспорта на 0,5 %, в январе – ноябре 2020 г. он составил 54127 т, когда в январе – ноябре 2019 г. было 53859 т. Отмечена положительная тенденция импорта на 22 % в январе – ноябре 2020 г. и равнялась 153 093 т, когда в январе – ноябре 2019 г. его объем составлял 125044 т. Реализация на внутреннем рынке выросла на 6 %. В условиях пандемии в 2020 г. многие импортные товары были недоступны для потребителей. По этой причине необходимость развития производства отечественных производителей пищевой промышленности ежедневно растет.

Структура рынка Казахстана по продукции сливочного масла за период 2019–2020 гг. отображена в рисунке 3.



Рисунок 3. Структура реализации масла сливочного в Казахстане 2019–2020 гг. (январь – ноябрь)

Примечание. Составлено авторами на основе данных Молочного союза Казахстана.

В группе «Масло сливочное» отмечен значимый подъем импорта на 47 % в январе – ноябре 2020 г. и составляет 6356 т, когда в январе – ноябре 2019 г. было 4334 т. Наблюдаются негативные колебания экспорта и снижение на 50 % с 2660 т в январе – ноябре 2019 г. до 1323 т в январе – ноябре 2020 г. Реализация на внутреннем рынке увеличилась на 37 %.

Результаты

В ходе исследования рынка молочной продукции было выявлено, что импортные товары, а именно молочная продукция, широко используются среди потребителей. И необходимо было выяснить, по каким причинам потребители выбирают отечественное сливочное масло, а по каким — импортное. Ниже на рисунке 4 приведена диаграмма результатов анкетирования среди потребителей сливочного масла.



Рисунок 4. Результаты анкетирования среди потребителей сливочного масла

Примечание. Составлено авторами на основе анкетирования.

Анкетирование было проведено среди 500 респондентов. Результаты исследования показали, что 59 % потребителей выбирают отечественное сливочное масло и значительную долю (41 %) составляют потребители, отдающие предпочтение импортному сливочному маслу. Далее необходимо было обозначить факторы, влияющие на выбор потребителей относительно покупательского спроса на масло отечественного или импортного производства. Задано было 8 вопросов касательно критериев, влияющих на выбор сливочного масла.

На рисунке 5 отображен перечень основных факторов, влияющих на выбор сливочного масла среди потребителей.

5. Почему и по каким критериям вы выбираете отечественное сливочное масло? – количество

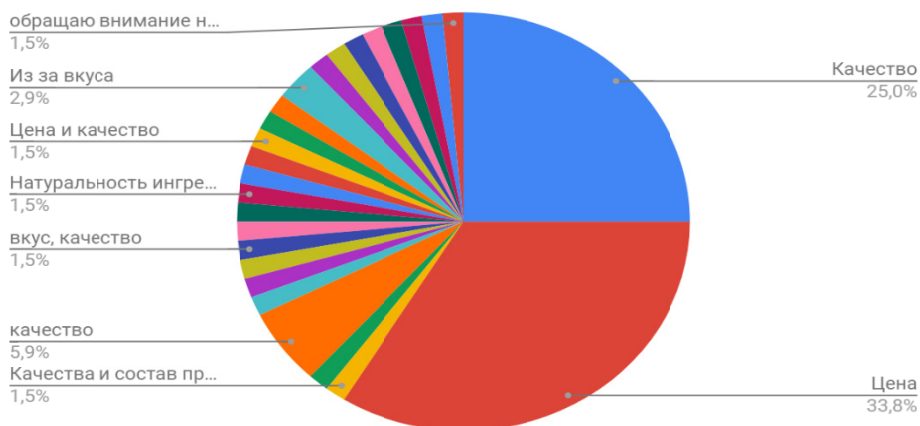


Рисунок 5. Факторы, влияющие на выбор сливочного масла среди потребителей

Примечание. Составлено авторами на основе анкетирования.

В результате исследования было выявлено, что респонденты выбирают отечественное сливочное масло по ценовой политике. Так как оно значительно дешевле по сравнению с импортным, что, несомненно, влияет на качество сливочного масла.

В ходе исследования имел место один значительный факт: потребители более доверительно относятся к продукции импортного производителя, так как считают, что зарубежом производят более качественную продукцию.

Обсуждение

В качестве существенно значимых внешних факторов, влияющих на развитие пищевой промышленности Казахстана, определены:

- изменение структуры мирового спроса на продукты питания, усиление конкуренции на мировых рынках продуктов питания;
- последующее развитие Таможенного союза.

Исходя из этого, в качестве внутренних факторов были выделены следующие: поддержка со стороны государства, инновации, инвестиции, повышение квалификации персонала; обновление основных фондов; присутствие значительных природных ресурсов; внедрение международных стандартов качества.

Пищевая промышленность регулярно стремится повышать качество производства, увеличивать ассортимент и совершенствовать качество готовой продукции, организовать производство товаров с повышенной степенью готовности. Вместе с тем, проведения этих мер недостаточно для более полного удовлетворения населения продуктами питания как по качеству, так и по количеству. В данном случае на многое влияет степень развития и эффективности взаимодействия смежных отраслей: агропромышленного комплекса машиностроения, транспорта и торговли. Более 70 % потребительского рынка образуются, в первую очередь, из продовольствия и товаров, приготовленных на основе сельскохозяйственного сырья. На качество продукции существенное влияние оказывает и транспорт. Грамотно организованные перевозки сельскохозяйственной продукции — это несколько тысячи тонн сохраненного сырья. Население является главным покупателем, вследствие этого сокращение уровня жизни населения характеризуется как важнейший

фактор развития пищевой промышленности. Безусловным фактором является и то, что качество используемых продуктов, рацион питания влияют на состояние здоровья человека, качество и продолжительность жизни. Вопреки сокращению, в целом, платежеспособность населения и снижение объемов производства продукции пищевой промышленности, объем реализации товаров пищевой промышленности в нашей стране с каждым годом неуклонно растет на 5–10 %. Качество рыночной среды как этапа жизненного цикла рынка можно проанализировать путем использования показателей темпов роста продаж, или уровня рентабельности продаж.

Заключение

Зависимость от импорта в пищевой промышленности обуславливает состояние молочного подкомплекса сельского хозяйства страны. В условиях девальвации национальных валют себестоимость производства молока и его переработки существенно возросла, из-за чего производители вынуждены использовать не натуральное сырье, а также производить продукцию не на обновленных основных средствах. Если рассмотреть опыт Белоруссии, то 90 % продукции производится в сельскохозяйственных организациях, что благоприятно сказывается на развитии пищевой промышленности. В результате перерабатывающие предприятия испытывают дефицит сырья, особенно для производства таких молокоемких продуктов, как масло и сыры. Кроме того, сырое молоко, произведенное в личных подсобных хозяйствах, по своим характеристикам, в основном, является малопригодным для сыроделия. Дефицит сырья приводит к недозагруженности мощностей молокоперерабатывающих предприятий и вынуждает производителей искать замену молочному жиру, включая использование пальмового масла, что снижает вкусовые и качественные показатели выпускаемой продукции. В борьбе с нарушениями требований «Технического регламента на молоко и молочную продукцию» могло бы сыграть положительную роль увеличение штрафов за фальсификацию (например, в странах ЕС такой штраф составляет годовой оборот организации).

Для развития молочной отрасли на рынке молока приоритетными направлениями могут стать:

- расширение ассортимента выпускаемой продукции за счет внедрения инновационных технологий, повышающих пищевую и биологическую ценность продуктов, применение упаковочных материалов нового поколения;
- развитие технологий глубокой переработки молочного сырья, в том числе побочного (обезжиренное молоко, молочная сыворотка, пахта), т.е. максимальное вовлечение вторичного сырья в промышленную переработку.

На сегодняшний день темпы пищевой промышленности Республики Казахстан набирают обороты. Однако, к сожалению, в стране присутствуют импортные производители, которые смещают отечественных с рынка пищевой промышленности. Многие потребители Казахстана выбирают и доверяют импортному производителю. Причина кроется в том, что отечественные производители используют ненатуральное сырье в продукции, а это, в первую очередь, сказывается на качестве сливочного масла.

References

- A.Hadi-Vencheha, R.K. An application of IDEA to wheat farming efficiency. *Agricultural Economics*. — 2010. — № 42. — P.487–493.
- Bilson, A., & Darku, S. Sources and Measurement of Agricultural Productivity and Efficiency in Canadian Provinces. *Crops and Livestock*. — 2015. — № 64, Issue 1. P. 49–70. <http://dx.doi.org/10.1111/cjag.12061>
- Bontemps, C., Bouamra — Mechemache, Zohra; Simioni, Michel. Quality label and firm survival: some first empirical evidence. — 2012.
- Epanchiczeva S.E`. Legkaya promy`shlennost` Kazakhstana: problema importozameshheniya. *Vestnik KazNU. Seriya e`konomicheskaya*. — 2014. — № 1 (101). — P. 146–152.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. *FAO Statistics Database*. — 2017. <http://www.fao.org/faostat/en/#data/TP>
- Grabowski, R., “Import substitution, export promotion and the state in economic development.” *The Journal of Developing Areas*. — 1994. — № 28 (4). P. 535–539.
- Igor N. Goretov I, Faina Z. Gumaroval & Evgeny I. Tsaregorodtsev. Management of Competitiveness of a Regional Agricultural Sector. — 2015. — № 8, P. 105–111.
- Ivanovich, A.A., Vasilyevich, D.V. Review of European Studies. — 2015. № 7 (8). P.105–111.
- Jaana Rekolainen. Import Substitution — Opportunity or Challenge? — 2016. — P.2–6.
- Kankesu Jayanthakumaran. Industrialisation: Import Substitution to Export Promotion. — 2000. Pp. 1–31.
- Marette S., Crespi J. M. Can quality certification lead to stable cartels?, Review of Industrial Corchuelo, B. Incentivos fiscales y decisiones de innovacion. *Revista de Economia Aplicada*. — 2003. — № 40. P. 5–34.

- Porter M. Konkurentnoe preimushhestvo: Kak dostich` vy`sokogo rezul`tata i obespechit` ego ustojchivost`. M.: Al`pina Publisher, 2008. — P.720.
- Pronina, N. N. Oganezova, D. I. Usenkova, O. V. Real`nost` importozameshheniya v Rossii// Vestnik Penzenskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2015. — Str. 68–74.
- Semy`kin, V.A., V.V. Safronov, V.P. Terekhov, Importozameshhenie kak e`ffektivny`j instrument optimal`nogo razvitiya ry`nochnoj e`konomiki//Vestnik Kurskoj gosudarstvennoj sel`skokhozyajstvennoj akademii. — 2014. — Str.121–134.
- Suchánek, P., Richter, J. Králová M. Customer Satisfaction, Product Quality and Performance of Companies. — 2015.– Pg.329–344.
- Zhakeevich A.G. Importozameshhenie: problemy` i perspektivy`. Vestnik MIE`P. — 2015. — № 1 (18).
- Асылбекова Н.Т. Анализ конкурентоспособности пищевой промышленности Республики Казахстан / Н.Т. Асылбекова // Междунар. журн. эксп. обр. — 2013. — № 8. — С. 145–150. URL: <http://www.expeducation.ru/ru/article/view?id=3905>
- Миронова О.А. Импортозамещение: зарубежный опыт уроки для России / О.А. Миронова. — 2015. — № 7–3 (38). — С. 84–87.

А.М. Расулова, А.А. Умырзакова

Импорталмастыру жағдайында сары май өндірушілердің бәсекегеқабілеттілігін жоғарлату жолдары

Аңдатпа

Мақсаты: Мақалада ЕАЭО мемлекеттерінің статистикалық мәліметтер негізінде, Қазақстанның сүт өнімдерінің импорттық үлесі келтірілген. Сондай-ақ тұтынушылар қандай критерийлер бойынша импорттық сүт өнімдерін таңдайды, қандай критерийлер бойынша отандық өнімдерді тұтынудың себептері негізделген.

Әдісі: Қолданылған әдіснамалар мен тәсілдер: статистикалық мәліметтер, сапалы әдіс, атап айтқанда сауалнама.

Қорытынды: Жүргізілген зерттеудің теориялық құндылығы кәсіпорынның экономикалық, бәсекелестік факторлары арқылы отандық кәсіпорындардың ерекшеліктерін айқындау болып табылады. Сандық зерттеулер мен сапалық зерттеулер (құрылымдық сұхбат) негізінде авторлар тұтынушылардың талғамын зерттеп, оларды отандық өніммен алмастыру қажеттілігін қарастырған.

Тұжырымдама: Сары май өнімдерін тұтынатын тұтынушылар арасында жүргізілген сауалнама нәтижесінде тұтынушылардың негізгі үлесі сары майды таңдау барысында сапа, қоспалардың табиғилылығы, сондай-ақ баға саясаты сияқты критерийлерді басшылыққа алатыны дәлелденді. Тамақ өнеркәсібінің нарығында кәсіпорын бәсекегеқабілетті болу үшін, үнемі өнімнің сапасына назар аудару қажет. Себебі бұл фактор тікелей тұтынушының таңдауына әсер етеді.

Кілт сөздер: сары май, импорт, бәсекегеқабілеттілік, сапа, баға, тамақ өнеркәсібі, тұтынушылар, ЕАЭО мемлекеттері.

A. Rassulova. A. Umyrzakova

Ways to improve the competitiveness of butter producers in the context of import substitution

Abstract

Object: This article displays the statistical data of the EAEU countries, where the share of imports of dairy products from Kazakhstan is indicated. An explanation of the criteria by which consumers of dairy products consume products from an imported manufacturer, and by what criteria from a domestic manufacturer, is given.

Methods: methodology and approach used are statistical data, qualitative method, namely questionnaire.

Findings: The theoretical value, to find the features of domestic enterprises, to consider the competitive, economic factors of the enterprise. Through quantitative and qualitative research (structured interviews), we can consider the need to study consumer tastes and replace them with domestic products.

Conclusions: according to the results of a survey among consumers of butter, it turned out that the majority of consumers are guided by such criteria as quality, naturalness of ingredients, as well as pricing policy when choosing butter. In order for the company to be competitive in the food industry market, it is necessary to pay special attention to product quality, since this directly affects the choice of the consumer.

References

- A.Hadi-Vencheha, R.K. (2010). An application of IDEA to wheat farming efficiency. *Agricultural Economics*, 42, pp. 487–493.
- Asylbekova, N.T. (2013). Analiz konkurentosposobnosti pishhevoj promy`shlennosti Respubliki Kazakhstan // *Mezhdunarodny`j zhurnal eksperimentalnogo obrazovaniya*, 8, 145-150. URL: <http://www.expeducation.ru/ru/article/view?id=3905> [in Russian].

- Bilson, A., & Darku, S. (2015). Sources and Measurement of Agricultural Productivity and Efficiency in Canadian Provinces. *Crops and Livestock*. Volume 64, Issue 1. pp. 49-70. <http://dx.doi.org/10.1111/cjag.12061>
- Bontemps, C., Bouamra – Mechemache, Zohra; Simioni, Michel. (2012). Quality label and firm survival: some first empirical evidence.
- Epanchiczeva, S.E. (2014). Legkaya promyshlennost Kazakhstana: problema importozameshheniya // Vestnik Kazakhskoho natsionalnogo universitet. Seriya ekonomicheskaya, 1 (101), 146–152 [in Russian].
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2017). FAO Statistics Database. Retrieved March 3, 2017 from <http://www.fao.org/faostat/en/#data/TP>
- Grabowski, R. (1994), “Import substitution, export promotion and the state in economic development.” *The Journal of Developing Areas*, 28 (4), 535-539.
- Igor N. Goretov I, Faina Z. Gumarova I & Evgeny I. Tsaregorodtsev (2015): Management of Competitiveness of a Regional Agricultural Sector. 8, Pp.:105-111.
- Ivanovich, A.A., Vasilyevich, D.V. (2015). Review of European Studies; Vol. 7, No. 8, pp.105-111.
- Jaana Rekolainen. (2016). Import Substitution – Opportunity or Challenge? Pp.:2-6
- Kankesu Jayanthakumaran (2000). Industrialisation: Import Substitution to Export Promotion. Pp. 1-31.
- Marette S., Crespi J. M., (2003). Can quality certification lead to stable cartels?, Review of Industrial Corchuelo, B.(2006). Incentiv osfis cales y decisiones de innovacion. Revista de Economia Aplicada, Vol.40, Pp. 5-34.
- Mironova, O.A. (2015). Importozameshchenie: zarubezhnyi opyt i uroki dlia Rossii, 7-3 (38), 84–87 [in Russian].
- Porter, M. (2008). Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich vysokoho rezultata i obespechit ego ustojchivost. Moscow: Alpina Publisher, 720 [in Russian].
- Pronina, N.N., Oganezova, D.I., & Usenkova, O.V. (2015). Realnost importozameshheniya v Rossii // Vestnik Penzenskogo gosudarstvennogo universiteta, 68-74 [in Russian].
- Semy`kin, V.A., Safronov V.V., & Terekhov V.P. (2014). Importozameshchenie kak e`ffektivny`j instrument optimal`nogo razvitiya ry`nochnoj e`konomiki // Vestnik Kurskoj gosudarstvennoj sel`skokhozyajstvennoj akademii, 121-134 [in Russian].
- Suchánek, P., Richter, J. Králová M. (2015). Customer Satisfaction, Product Quality and Performance of Companies. Pg.329-344.
- Zhakeevich, A.G. (2015). Importozameshchenie: problemy i perspektivy // Vestnik MIE`P, 1 (18), 36–39 [in Russian].