

Таким образом, стоимость транспортировки мяса автомобильным транспортом в рефрижераторах грузоподъемностью 20 тонн по направлению Алматы-ДАР Достык по республике составляет 273 992 тенге. Общая сумма расходов транспортировки мяса на экспорт составляет 847 010,0 тенге (табл. 2).

Заключение, выводы

Разработаны логистические схемы доставки мяса автомобильным транспортом (погрузка, транспортировка, разгрузка, хранение и т.д.). Выбран маршрут транспортировки мяса автомобильным транспортом в рефрижераторах в направлении Алматы-Достык, где пункт перехода Достык является международным автомобильным пунктом пропуска между территориями Республики Казахстан и Китая.

Произведен расчет затрат при перевозке мяса автомобильным транспортом на протяжении логистической цепи.

Рассмотрены методические подходы к анализу себестоимости перевозок на авто-рефрижераторах; уточнена и обобщена классификация затрат, применяемая при транспортировке мяса; определены пути снижения себестоимости при осуществлении грузоперевозок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана «Третья модернизация: глобальная конкурентоспособность» от 31 января 2017 года. Официальный сайт Президента Республики Казахстан [Электронный ресурс]. URL: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nazarbaeva-narodu-kazahstana-31-yanvarya-2017-g (дата обращения: 22.11.2018).
2. Искалиев Е.С. Транспортная логистика - ключевой компонент в реализации ГП ФИИР, Kazlogistics, единый портал логистики Казахстана [Электронный ресурс]. URL: <http://portal.kazlogistics.kz/analytics/95/708/> (дата обращения 29.11.2018).
3. Маркетинговые исследования рынка логистики в Казахстане, 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.Marketingcenter.kz/2016/03-04-kazakhstan-marketingovyie-issledovani-yarynok-logistiki.html> (дата обращения 02.12.2018).
4. Дерик, Е.А. Применение инноваций в переработке и транспортировке мяса/ Е.А. Дерик // Мясные технологии. -2015. - №5. - С.14-16.
5. Казаков Д. Рынок логистики в Казахстане [Электронный ресурс]. URL:<http://www.brif.kz/blog/?p=1947> (дата обращения 05.12.2018).
6. Международные правила Инкотермс 2010 (Incoterms 2010)[Электронный ресурс]. URL: <http://standartparts.ru/f/inkoterms-2010.pdf> (дата обращения 10.12.2018).

ӘОЖ 631.152.2

ГТАМР 68.01.11

АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ӨНІМДЕРІН ӨНДІРУДІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН БАСҚАРУҒА АРНАЛҒАН НЕГІЗГІ БАҒЫТТАР

Д.Б. ҚҰРМАНҒАЛИЕВА¹, Ж.К. ШАДЬЯРОВА¹, Н.Н. ЛАНЦЕВА², Г.Т. ЮСУПОВА¹

(¹С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университеті, Астана, Қазақстан)

(²Новосибирск Мемлекеттік Аграрлық Университеті, Новосибирск, Ресей)

E-mail: zhazira_shadyarova@bk.ru

Мақалада бәсекеге қабілеттілік тұжырымдамасы талқыланып, оны басқарудың негізгі бағыттары зерттеледі. Ауыл шаруашылығы өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін басқарудың мақсатты көзқарасы. Мақаланың жаңалығы - ауыл шаруашылығы өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін бағдарламалық-мақсатты басқару моделі жасалды. Зерттеу нәтижесінде ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін қосылған құнды құрудың әрбір сатысында өнімнің бәсекелестік артықшылықтарын анықтау, жоспарлау, құру, қолдау және арттыру процестері оның деңгейін арттырады немесе жоспарланған деңгейде сақтайды.

Негізгі сөздер: бәсекеге қабілеттілік, ауыл шаруашылығы өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігі, бағдарламалық қамтамасыз ету және мақсаттар бойынша басқару, бәсекеге қабілеттілікті басқару, мақсатты тәсіл.

ОСНОВНЫЕ ПУТИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Д.Б. КУРМАНГАЛИЕВА¹, Ж.К. ШАДЬЯРОВА¹, Н.Н. ЛАНЦЕВА², Г.Т. ЮСУПОВА¹

(¹Казахский агротехнический университет имени С. Сейфуллина, Астана, Казахстан)

(²Новосибирский Государственный Аграрный Университет, Новосибирск, Россия)

E-mail: zhazira_shadyarova@bk.ru

В статье рассматривается понятие конкурентоспособности сельско-хозяйственной продукции и исследуются основные пути, направления, механизм и подходы ее управления. Новизна статьи в том, что разработана программно-целевая модель управления конкурентоспособностью сельскохозяйственной продукции. В результате проведенных исследований установлено, что процессы определения, планирования, формирования, сохранения и повышения конкурентных преимуществ продукции на каждом этапе создания добавленной стоимости для повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции повышают ее уровень или сохраняют ее на планируемом уровне.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренто способность сельскохозяйственной продукции, программное обеспечение и управление по целям, управление конкурентоспособностью, целевой подход.

THE MAIN DIRECTIONS FOR MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF AGRICULTURAL PRODUCTION

D.B. KURMANGALIYEVA¹, Zh.K. SHADYAROVA¹, N. LANTSEVA², G.T. YUSUPOVA¹

(¹Kazakh agrotechnical University named after S. Seifullin, Astana, Kazakhstan)

(²Novosibirsk State Agricultural University, Novosibirsk, Russia)

E-mail: zhazira_shadyarova@bk.ru

The article deals with the concept of competitiveness of agricultural products and examines the main ways, directions, mechanism and approaches of its management. Novelty of the article-the program-target model of management of competitiveness of agricultural products is developed. As a result of the research it has been established that the processes of determining, planning, building, maintaining and increasing the competitive advantages of products at each stage of creating value added to increase the competitiveness of agricultural products increase its level or keep it at the planned level.

Keywords: competitiveness, the competitiveness of agricultural products, software and management by objectives, "tree of goals", the management competitiveness, targeted approach.

Kіpіcne

Экономикалық дамудың қазіргі кезеңінде отандық тауар өндірушілердің өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін басқарудың маңыздылығы артып келеді. Нарықтық экономикада өнімнің коммерциялық табыстылығының шешуші факторы оның бәсекеге қабілеттілігі болып табылады. Отандық өнім-

дердің бәсекеге қабілеттілігінің үрдістерін зерттеу тауарларды насихаттау процесінде қабылданған басқарушылық шешімдерде, тұтынушылардың нақты қажеттіліктерін, өнім нарығының қалыптасу жағдайын, сапаны өзгерту үрдісін жеткілікті түрде ескермегендіктен, өнімнің нарықтық позицияларының нашарлауына алып келеді.

Нарық жүйесін дамыту өндірушілер тұтынушылардың мүдделерін толығымен қарастыруды талап етеді, бұл олардың талғамдарын, қалау және артықшылықтарын одан әрі зерделеуді талап етеді. Отандық өндірушілер осы қиындықтарға жауап бере отырып, шетелдік зерттеушілердің қолданыстағы дамуына сүйене отырып, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін басқару құралдарын қалыптастыру және дамыту қажет деп тұжырымдайды. Дегенмен, тұтынушының нақты қажеттіліктерін есепке алмастан, шетелдік тәжірибені қарапайым көшірмелеу оның өмірінің әлеуметтік-мәдени және экономикалық жағдайын ескере отырып қалыптастырылған, қажетті нәтижелерге әкелмейді. Қазақстан нарығының ерекшеліктерін ескере отырып, біз өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін басқару және бизнесте айтарлықтай табысқа жету үшін құралдар әзірлеуге мүмкіндік береміз. Қазақстанның ДСҰ-ға кіруі, сондай-ақ отандық ұлттық нарықты тарифтік қорғауды барынша азайту нарықтағы бәсекелестік қысымының артуына алып келді. Бұл проблеманы шешудің басты жолдарының бірі - заманауи басқару әдістерін қолдану, ұзақ мерзімді бағдарламаларды әзірлеу және әлемдік нарықта потенциалды табысты ауылшаруашылық кәсіпорын өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін ынталандыру шараларын енгізу. Сыртқы ортадағы өзгерістердің үнемі өсіп келе жатқан динамикасы алдында ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігінің қажетті деңгейін ұстап тұрудың басты факторы бәсекелестердің қолынан кем емес деңгейде тұрақты бәсекелестік артықшылықтарды қамтамасыз ету болып табылады.

Зерттеудің нысандары мен әдістері

Көптеген отандық және шетелдік авторлардың және осы саладағы мамандардың ғылыми жұмысы бәсекеге қабілеттілікті басқару мәселесін шешуге арналған. Олардың арасында отандық және шетелдік ғалымдарды ажыратуға болады: Саблук, Ю.Ф. Мельник, Ю.Я. Лузан және басқалар. Алайда агроөнеркәсіптік кешен саласындағы өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін басқару бойынша көптеген мәселелер шешілмей қалады.

Кәсіпорынды басқаруда мақсатты көзқарас шетелдік ғалымдармен зерттелді. Кейбір деңгейде отандық мамандар Қазақстандағы басқарудың заманауи шарттарына

бейімделеді. Бірақ ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін басқарудағы мақсатты тәсілді қолдану әдістемесі мен құралдары жетілдірілмеген, оларды нақтылау және жетілдіру қажет.

Нәтижелері мен оларды талдау

Ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің көптеген тәсілдері бар, бірақ ең күрделі болып табылатын бағдарлама-мақсатты басқару әдісі - күрделі сипатта болады. Бұл жоспарлау және басқару әдісі мемлекеттік, аймақтық және салалық деңгейде ұзақ уақыт пайдаланылып, жоғары тиімділікпен сипатталды. Дегенмен, микро деңгейде бұл тәсіл мүлдем пайдаланылмайды деуге болады, бірақ жеткілікті өнімді мақсатты әдістер жаңа болмайды. Ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін бағдарламалық және мақсатты басқару әдіснамасын әзірлеу, ең алдымен, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету және бағдарлама мақсатты басқару ерекшеліктерін анықтау үшін жағдайларды анықтау қажет.

Авторлар тобы мынада, бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету, ең бастысы, нарықтағы бүкіл жүйенің басқару философиясы, келесі міндеттерді шешуге бағытталған:

- Тұтынушылардың қажеттіліктерін және оларды дамытудағы үрдістерді зерттеу;
- Бәсекелестердің іс-қимылы мен қабілеттерін бағалау;
- Нарықты дамытудың жай-күйін және үрдістерін зерттеу;
- Қоршаған ортаны және оның үрдістерін білу;
- Сатып алушы шығарылған өнімге артықшылық беретін өнімді жасау;
- Бұл тапсырмаларды ұзақ мерзімді перспективада іске асыруға бағдарлау [1].

Кәсіпорынның барлық жұмысының түпкі мақсаты - мақсатты нарық талаптарына толығымен жауап беретін өнім өндіру. Мұндай нәтиже кәсіпорынның сапа менеджменті мен бәсекеге қабілеттілігінің кешенді жүйесі арқылы қамтамасыз етіледі, сондықтан оның дамуы, енгізілуі және жұмыс істеуі кәсіпорынның жоғары сапалы өнімін өндіруде басты болып табылады [2].

Экономикалық әдебиетте өнімнің бәсекеге қабілеттілігін анықтауға жеткілікті көңіл бөлінбейді. Сондықтан Г.Р. Забетская, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін басқаруын түсіндіреді, «түпкі пайдаланушысы үшін

өзінің тартымдылығын қалыптастыру мақсатында өнімдерді әзірлеу, жобалау, өндіру, өткізу, сату және түпкілікті пайдаланушы үшін оның тартымдылығын қамтамасыз ету мақсатында өнімдерді сатудан кейінгі қызмет көрсету және пайда өлшеміне негізделген кәсіпорынның экономикалық көрсеткіштеріне баланстық әсер етуін қамтамасыз етеді» [3].

Біздің пікірімізше, өнімнің бәсекеге қабілеттілігі көптеген факторлардан тұрады, олардың бастысы - сұранысты, сапаны, ассортиментті, өндіруші және сауда кәсіпорынның пайдасын қанағаттандырудың әлеуметтік аспектісі, қызмет көрсету және сатудан кейінгі қызмет көрсету және т.б. (сурет 1).



Сурет 1 - Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі факторлары

Жоғарыда айтылғандардың негізінде бәсекеге қабілеттілікті басқарудың төрт негізгі деңгейін ажыратуға болады (сурет 2).

Кез келген басшылық мақсаттарға қол жеткізуді көздейді және тұтастай алғанда мақсатты болып табылады. Арасындағы

айырмашылықтар ақпараттандыру, дәлелдеу және мақсаттарды анықтау әдістерінде, өйткені мақсатқа жету неғұрлым жақсы болса, оған жету жолдарын таба алатыныңызға сенімді.



Сурет 2 - Өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін басқару деңгейлері

Шерхнева З.Е. мұқтаждық жүйесін дамыту есебінен үнемі өзгеріп отыратын, мақсатты көзқарас қолданылатын жүйенің өндірістік әлеуетіндегі сандық және сапалық өзгерістерді есепке ала отырып, түпкілікті

нәтижелерге бағытталған әдістер мен әдістер жүйесі ретінде мақсатты тәсілді анықтайды [4].

Мақсатты көзқарастың ең үлкен көрінісі осындай нақты сипаттамалары бар бағдарлама мақсатты басқаруда алынды:

- «бағдарламалық қамтамасыз ету» ретінде басқару анықтамасы тәуелді ірі масштабты проблемаларды шешу үшін пайдаланылатын мақсатты интеграцияланған бағдарлама сияқты маңызды құралды баса атап көрсетеді;

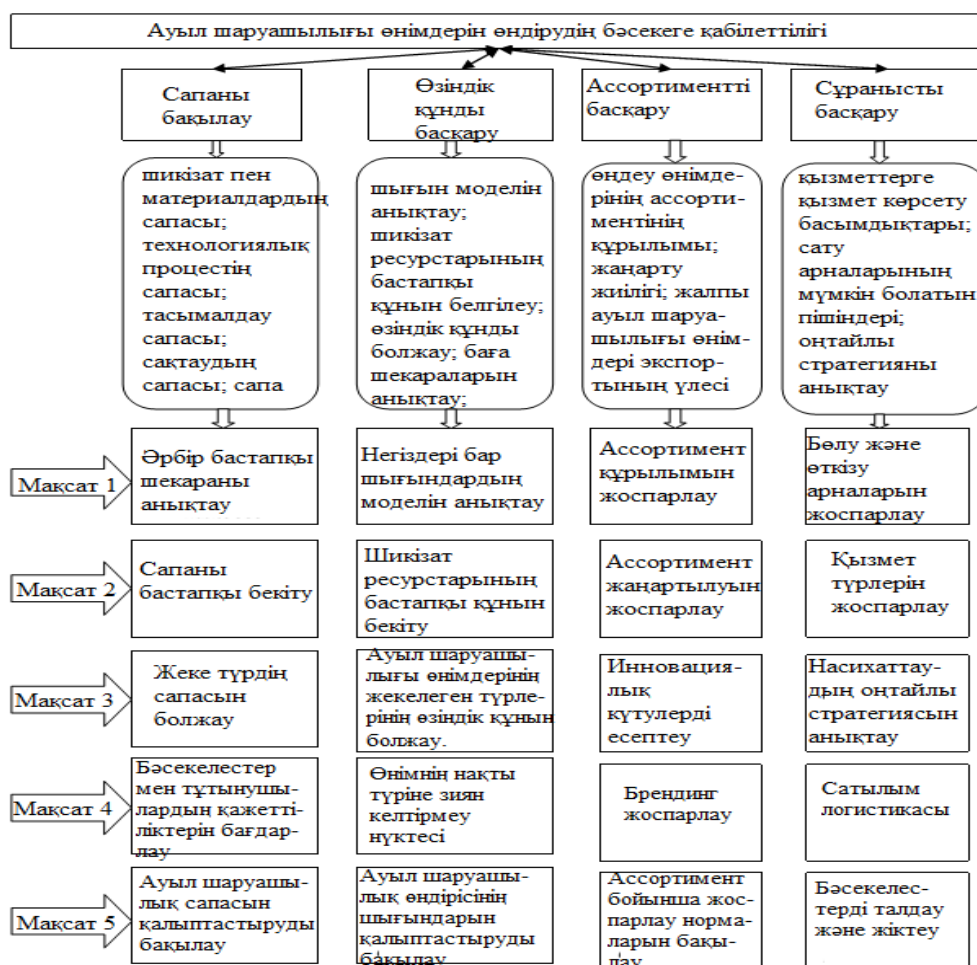
- «мақсат» ретінде оның анықтамасы белгіленген мақсаттарға қол жеткізуге нақты назар аударады, басқарудың қалған элементтерінің құрылымдық және функционалдық бағынышын атап көрсетеді.

Бағдарламалық мақсатты басқарудың теориялық негіздері мен принциптеріне сүйене отырып, жеке ауылшаруашылық кәсіпорын деңгейінде өнімнің бәсекеге қабілеттілігін басқаруда оны практикалық қолданудың келесі әдіснамасын ұсынуға болады.

Бағдарламалық менеджмент осындай мақсаттарға қол жеткізу үшін «мақсаттар - жолдар - құралдар» сияқты логикалық біріз-

ділікті қолдануға негізделеді, бұл өз кезегінде оларды іске асырудың әдістерін және әдістерін қолдана отырып, оларға қажетті ресурстармен қамтамасыз етіледі [5].

Ауыл шаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін оның мазмұнын басқару жүйесіндегі және мердігердің әр деңгейінде кәсіпорынға жеткізу қажет. Бұған мақсаттар мен міндеттердің ыдырауы, яғни мақсатқа қол жеткізу негізінде қойылған нақты міндеттер қойылған, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағдарламалық-мақсатты басқару моделін құру арқылы қол жеткізуге болады. Агро өнеркәсіптік өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағдарламалық-мақсатты басқарудың осы үлгісі болуы мүмкін (сур. 3). Бұл модель ауылшаруашылық өнімдерінің кез келген түріне негіз болуға тиіс.



Сурет 3 - Ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін бағдарламалық-мақсатты басқару моделі

Жоғарыда айтылғандай, бағдарлама-мақсаттық әдіске сәйкес ауыл шаруашылығы өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін басқару төрт бағыт бойынша кешенді түрде жүргізілуі тиіс: сапаны басқару, шығын-дарды басқару, сұранысты басқару және ассортиментті басқару. Сапаны басқару шикізат пен материалдардың (тыңайтқыш, тыңайтқыш және т.б.), технологияның (озон, минималды және нөлдік технологиялар, суару жүйесі және т.б.), тасымалдаудың (самосвал, контейнер, паллет және т.б.), ораудың, сақтаудың (қоймаларда және элеваторларда, тоңазытқыш камерасында және т.б.) және т.б. сапасын басқаруды қамтамасыз етеді. Ассортиментті басқару ассортимент құрылымын талдауды және жаңару жиілігін, жалпы көлемдегі ауыл шаруашылығы өнімдерінің экспорттық үлесін анықтауды және т.б. қамтиды. Шығындарды басқару - шикізат бағасын, өндірістік шығындарды, тасымалдау шығындарын, сақтау шығындарын және шығындарды есепке алудың заманауи әдістерін анықтаумен негізделеді. Сұранысты басқару өнімді жылжытудың оңтайлы стратегиясын анықтауды қамтамасыз етеді.

Осы бағыттардың әрқайсысы үшін жетістікке жету тиімді басқаруды қамтамасыз етеді және нәтижесінде ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігіне қол жеткізуге бағытталған мақсаттарды анықтау қажет.

Мақсаттарды орнату - мақсаттарды тұжырымдау үшін жауапты тұлғалардың білімі мен тәжірибесі, сондай-ақ объективті факторларды қарастыратын күрделі және уақытты қажет ететін процесс. Сондықтан, мақсаттар қою бағдарлама-мақсатты басқарудың негізгі және кешенді кезеңдерінің бірі болып табылады.

Варналия З.С. кәсіпорында өндірілетін ауыл шаруашылығы өнімдерінің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін арттырудың әлеуметтік-экономикалық тиімділігі:

- өнім сапасын жақсарту - жұмыс уақытын үнемдеу заңын айқындаудың ерекше нысаны: жоғары сапалы өнімді өндіруге және пайдалануға арналған әлеуметтік еңбек

шығындарының жалпы мөлшері, тіпті осындай деңгейге қол жеткізу қосымша шығындармен байланысты болса да айтарлықтай азаяды;

- өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің сапасы мен өндірістің тиімділігіне ғана емес, сондай-ақ кәсіпорынның имиджі мен бәсекеге қабілеттілігінің сапасын арттырудың көп өлшемді әсері [6].

Қорытынды

Жүргізілген зерттеулердің нәтижесінде ауылшаруашылық өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігі, бәсекеге қабілеттіліктің деңгейін арттыру немесе оны жоспарланған деңгейде сақтау үшін қосылған құнды құрудың әрбір сатысында өнімнің бәсекелестік артықшылықтарын анықтау, жоспарлау, қалыптастыру, сақтау және арттыру процесі болып табылатынын анықтады. Бұған бағдарламаны мақсатты басқару әдісін ауылшаруашылық кәсіпорынның орнықты даму құралы ретінде қолдану арқылы қол жеткізуге болады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Бурцевая Т.А. Управление маркетингом: [учебное пособие] / Т.А. Бурцевая, В.С. Сизов, О.А. Цень. 2005. – 271 с.
2. Варналий З.С. Введение в предпринимательство: [учебно-методическое пособие]./ З.С. Варналий. – К.: Институт частного права и предпринимательства АПРН Украины: Международный институт рыночных отношений и предпринимательства, 2004. – 310с.
3. Карпюк В.П. Управление конкурентоспособностью продукции/ В.П. Карпюк.// Вестник ЖДТУ. – 2009. – №4 (50). – С.31-34.
4. Пашенко О.П. Целевой подход в управлении предприятиями пищевой промышленности: сущность, особенности и значение./ О.П. Пашенко. // Вестник ЖДТУ. – 2010. – №1 (51). – С.54-59.
5. Писарюк С.Н. Управление конкурентоспособностью предпринимательской деятельности на базе программно-целевого подхода./ С.Н. Писарюк.// Вестник Хмельницкого национального университета. – 2010. – №3. – Т.1. – С.150-153.
6. Сабецкая Г.Р. Рыночная модель конкурентоспособности продукции./ Г.Р. Сабецкая.// Маркетинг. – 2006. – №1 (86). – С. 29-33.