

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА

*К.К. Нурғалиева, старший преподаватель,
Казахский экономический университет им. Т. Рыскулова, г. Алматы*

Наибольшее развитие молочная промышленность республики получила в северо-восточном (в основном Северо-Казахстанская, Костанайская, Восточно-Казахстанская области), а также в южном (Алматинская область) регионах, имеющих для этого естественно-природный и экономический потенциал.

За последние три года наблюдается тенденция роста потребления молока и молочных продуктов: с 235 кг в 2003 г. до 260 кг в 2005 г. С ростом

платежеспособности населения повышается спрос на продукцию более глубокой переработки (сгущенное молоко, сухое молоко, сыры и т.д.).

Фактическое потребление молочных продуктов из отечественного сырья в ассортименте в два и более раз меньше, чем по стандарту (табл. 1). Следовательно, основная часть отечественного молока употребляется в непереработанном виде.

Динамика производства молочной продукции за последние годы показана в табл. 2.

Таблица 1

Пороговый уровень обеспеченности продовольственной безопасности в соответствии с национальными стандартами потребления продуктов питания

Продукт питания	Стандарты потребления продуктов питания, кг/год	Пороговый уровень потребления продуктов питания по республике (население x гр2)		
		2003*	2004*	2005*
Молочные продукты (в пересчете на молоко)	179,53	2681586	2694835	2706074
Молоко, л	91,24	1362825	1369558	1375270
Сметана	2,19	32711	32873	33010
Творог	2,19	32711	32873	33010
Сыр	2,55	38089	38277	38436
Масло сливочное	2,19	32711	32873	33011

* Численность населения: 2003 г. - 14936,7 тыс. чел.; 2004 г - 15010,5 тыс. чел.; 2005 г - 15073,1 тыс. чел.

Таблица 2

Производство основной продукции молочной промышленности Республики Казахстан, т

Продукт питания	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.
Молоко, обработанное жидкое, и сливки	47899	108962	140467	155044	4251
Молоко и сливки в твердых формах	2078	2438	2120	2190	18374
Масло сливочное	3913	9240	11628	11895	14422
Сыр и творог	6338	8686	10883	13144	14533
Прочие молочные продукты	52048	63831	81585	98688	10864

Таким образом, за период с 2001 по 2005 г. в производстве основной молочной продукции в целом наблюдается рост. Индекс физического объема продукции за 2005 г. составляет: молоко, обработанное жидкое, и сливки – 113,1 %, молоко и сливки в твердых формах – 163,2, масло сливочное – 140,9, сыр и творог – 110,7, прочие молочные продукты -113,2 %. В производстве молокопродуктов в ассортименте наблюдается стабилизация и рост, с 2000 г. начинается производство импортозамещающих продуктов сухого и сгущенного молока.

Цены на молоко сельхозтоваропроизводителей в целом стабильные. Однако рыночные цены имеют тенденцию роста.

В развитии рынка молока и молочной продукции прослеживаются не только позитивные, но и негативные тенденции. Наблюдается стабильный рост производства молока. Среднегодовой темп прироста высокий – 4,95 %. При этом отмечается опережение спроса над предложением, динамично растет импорт молочной продукции глубокой переработки, обусловленный недостаточным предложением отечественного производства вследствие низкого качества сырого молока при малой концентрации. В сложившихся условиях прирост сырого молока обеспечивается за счет хозяйств населения, мелких по размерам, обособленных, не имеющих потенциала роста и производства высококачественного сырья, малопривлекательных в качестве партнера для молочной промышленности, а также слабо взаимодействующих с рыночной системой государственного регулирования.

Таким образом, преобладающая форма производителей молока недостаточно ориентирована на выработку качественного, конкурентоспособного товара и сырья для перерабатывающих отраслей.

Одним из направлений развития предприятий молочной промышленности является планирование.

Рассматривая предприятие как открытую систему, успех на рынке которой зависит от ее способности адаптировать внутренние резервы к динамично меняющимся условиям внешней среды, очевидной становится необходимость внедрения системы планирования в целях обеспечения эффективности функционирования предприятия в условиях рынка. План, представляющий собой динамичный процесс, дает возможность предвидеть и должным образом учитывать изменения, происходящие во внешней среде с тем, чтобы, приспосабливаясь, соответственно адаптировать внутренние факторы

производства для развития предприятия и его дальнейшего роста.

Анализируя систему планирования, присущую ранее существовавшей на территории бывшего Союза системе управления народным хозяйством, следует отметить, что план рассматривался как некий незыблемый закон, не подлежащий изменениям и требующий его неукоснительного исполнения. В свою очередь рыночные принципы хозяйствования ориентируют предприятие на планирование как на непрерывный творческий процесс в условиях непредсказуемости и неопределенности.

На сегодняшний момент в Казахстане прочно утверждается мнение о необходимости системы планирования хозяйственной деятельности предприятий всех форм собственности.

Определенная часть исследуемых предприятий, осуществляя маркетинговые исследования по поиску потребителей своей продукции и рынков сбыта, зачастую рассматривает данный вид действий в качестве стратегического управления своей организацией. Однако, как свидетельствует анализ деятельности данных предприятий, планирование как таковое им не присуще, ибо эти исследования не увязаны с остальными направлениями производственно-хозяйственной деятельности и носят исключительно разовый и сиюминутный характер.

Исследование также показало, что планирование в том виде, в котором оно сегодня ведется на предприятиях молочной промышленности, не способствует повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции и достигнуто тем самым оптимального уровня гибкости функционирования организации, а, наоборот, играет роль некоего барьера на пути достижения намеченных целей.

Это подтверждается тем, что на большинстве отечественных предприятий молочной промышленности практически произошла подмена процесса планирования деятельности разработкой бизнес-планов, при этом под бизнес-планом стал пониматься план текущей деятельности, что противоречит как сущности процесса планирования производственно-хозяйственной деятельности, так и сущности бизнес-планирования.

Более того, все плановые решения принимаются, как правило, только с учетом внутренней среды и почти не учитывают окружающую внешнюю. Предприятия, не зная в должной мере рыночных подходов и методов стратегического планирования, в большинстве случаев принимают долгосрочное планирование за стратегическое, что в корне является неправильным и оказывает негативное воздействие

на эффективность функционирования рассматриваемых организаций.

Однако, учитывая, что долгосрочный план организации предполагает планирование выбранных направлений развития организации, а в рамках стратегического планирования решается, какие новые направления следует развивать, а какие из существующих ликвидировать, становится абсолютно ясным, что в условиях постоянно меняющейся внешней среды именно стратегическое планирование следует рассматривать в качестве того «спасательного круга», который поможет предприятиям молочной промышленности республики выплыть в «бурно бушующем море» жесткой конкурентной борьбы, свойственной рыночной экономике.

В настоящее время понятия долгосрочного и стратегического планирования достаточно известны. Одно из главных различий между ними состоит в неоднозначном подходе к оценке будущего развития:

система долгосрочного планирования предполагает оценку будущих периодов путем экстраполяции сложившихся тенденций роста показателей. При таком подходе предполагается, что в будущем темпы развития предприятия будут аналогичны сложившимся средним;

система стратегического планирования предполагает оценку будущих периодов путем анализа перспектив развития предприятия, выявления падений, опасностей, рисков, шансов, чрезвычайных ситуаций, которые могут изменить сложившиеся тенденции, применяемые в долгосрочном планировании. Основные критерии в этом направлении – анализ конкурентного статуса, определение стратегии выбора видов деятельности (продукции, изделий), диверсификация и определение общих целей и задач развития предприятия. При таком подходе предполагается, что в будущем результаты работы предприятия могут быть различны и обязательно должны быть лучше прошлых результатов (в отличие от долгосрочного планирования).

С одной стороны, нельзя отрицать преимущества стратегического планирования по сравнению с долгосрочным, но, с другой стороны, нельзя не видеть недостатков как в одном, так и в другом методе планирования, а отсюда проистекает и необходимость взаимных дополнений, и возможность на этой основе усиливать результат.

Долгосрочное планирование отвечает потребностям предприятия, если:

а) период деятельности – в пределах времени производства и реализации продукции;

б) период стабильного развития исключает различные кризисные состояния, то есть будущие проблемы имеют устойчивую связь с настоящим.

Стратегическое планирование отвечает потребностям предприятия, если:

а) требуется анализ в пределах времени производства и реализации изделия или более длительного периода;

б) имеется тенденция решения проблем настоящего и будущего периодов, связанных с научно-техническим прогрессом или социально-политическими факторами;

в) наблюдается нестабильность или даже кризисное состояние в деятельности предприятия.

При анализе аспектов планирования в центре внимания должен быть набор отраслей, которыми оно занимается. Поэтому началом анализа становится определение не только отрасли, в которой работает предприятие, но и многочисленных видов деятельности и типов товаров, которыми предприятие может заниматься. Это требует изменения отношения к планированию перспектив развития предприятия, так как подразумевает рассмотрение интересующих проблем не только изнутри, но и снаружи (изучение окружения предприятия – опасностей, возможностей, рисков, которые вытекают из состояния окружающих фирм и требований, предъявляемых к их деятельности). Для этого необходим поиск критериев, оценивающих работу предприятия с точки зрения внешних и внутренних факторов.

Искомые критериями анализа деятельности предприятия должны стать:

оценка перспектив с точки зрения конкурентного статуса;

норма прибыли или доходности;

стабильность и технологии.

Таким образом, к основным задачам стратегического планирования можно отнести:

1) изучение базовых проблем гибкого развития предприятия;

2) диагностику текущего периода предприятия;

3) принятие решений на основе диагностики и долгосрочных прогнозов, формирование долгосрочных целей;

4) формирование затрат и использование разнообразных видов ресурсов.

Что касается долгосрочного планирования, то на различных этапах развития в зависимости от внешней среды в рамках долгосрочного планирования могут стоять разные задачи. Например, в современных условиях перед предприятиями стоит задача выживаемости, то есть установление баланса активов предприятий, объемов производимой продукции и затрат на её производство и реализацию и повышения на этой

основе конкурентоспособности производимой продукции. В этих условиях один из важных моментов – приведение объемов производства в соответствие с мощностями предприятия и одновременная их модернизация для обеспечения сбалансированности реализации и получения прибыли, с одной стороны, активов и инвестиций – с другой. Поэтому важным в этих условиях является прогнозируемый план, наглядно оценивающий потребности предприятия и наличие мощностей, а также финансовые задачи и результаты инвестиционных средств. Таким образом, горизонтом планирования, отвечающим рассмотренным факторам, может служить время (средний период нахождения для каждого изделия в производстве и реализации), характерное для каждого конкретного предприятия и равное трем-пяти годам.

Цели предприятия должны быть реально описаны, иметь реальное наполнение и значение, из которых должны определяться поведение и внутренняя философия предприятия.

Предлагаемые меры должны позитивно отразиться на производстве конкурентоспособной молочной продукции.

Библиография

1. Статистический ежегодник, 2006. - Алматы, 2006.
2. Молдашев А., Никитина Г. Не хлебом единым // Деловая неделя. – 2007. - 15(743)
3. Идрисов А.Б., Картышев С.В., Постников А.В. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. Издание 2-е, стереотипное. - М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1998.

