

Сатылганова Э.Ш.

**НАУЧНО- ТЕХНИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПИЩЕВОЙ И  
ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ  
(в разрезе зерно - продуктового подкомплекса)**

E.Sh. Satylganova

**SCIENTIFIC TECHNOLOGIES CHARACTER FOOD INDUSTRY  
(in cuff grain bodily)**

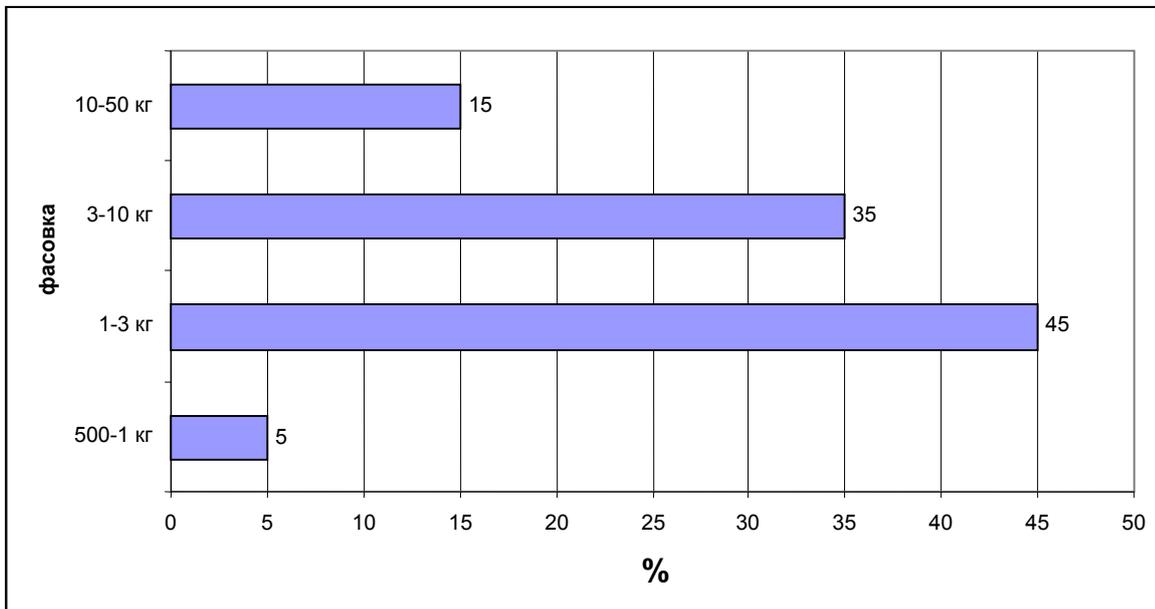
УДК 338.1+338.4,338.43.664 (664+630\*83)

В процессе теоретико- практического исследования мукомольного подкомплекса выяснилось, что существует несколько классификаторов мукомольной продукции: по сорту муки (ее качественным показателям), по видам сырья из которого производят муку (соевая, ржаная, пшеничная мука), по способу применения (тандырная мука, для подового хлеба, для выпуска печенья и т.д.). Однако наши исследования базировались на основе анализа: муки высшего сорта, муки первого сорта, «Полторашка», муки второго сорта

В разрезе регионов Кыргызской Республики складывается иная картина покупательских

предпочтений. Тщательное изучение упаковки используемой для фасовки муки показало, что практически все производители используют бумажную упаковку. Исключение составляет фирма ОсОО «Яшар», которая фасует муку в пищевые полиэтиленовые пакеты весом 1 кг. Покупателей иногда настораживает такая упаковка и их предпочтения в большей степени склоняются к бумажной упаковке, которая не способствует преждевременной порче товара. В связи с этим, исследования базировались на изучении предпочтений потребителей бумажной упаковки различной расфасовки от 1 до 4кг.

**Предпочтения по расфасовке мукомольной продукции в КР, 2008г.**



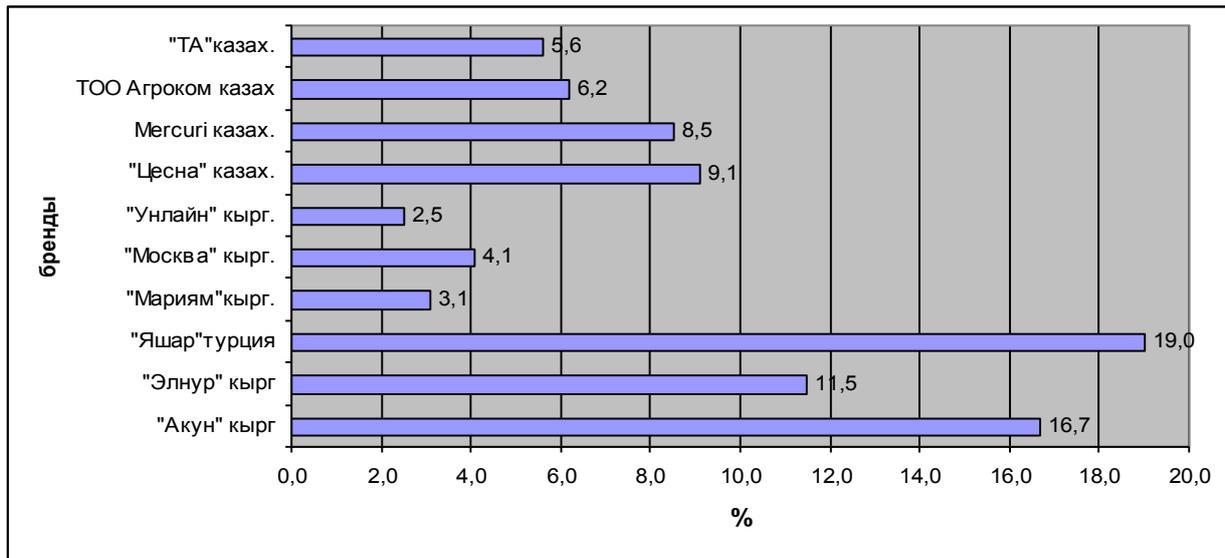
Помимо дополнительно были проведены наблюдения в торговых точках. Необходимо дополнить, что упаковку весом от 10 до 50 кг. предпочитают потребители, в основном мужчины, приобретающие муку мешками с частотой покупок 1 или 2 раза в год, для создания годового запаса муки в доме. Всего на рынке Кыргызстана представлено более 20 торговых марок мукомольной продукции.

В диаграмме приведено 10 торговых марок, наиболее широко представленных в различных

торговых точках КР. Лидером в производстве муки на рынке является мука «Яшар» (19% опрошенных), мука «Акун» (16,7% опрошенных) и мука «Элнур» (11,5% опрошенных). Среди казахстанских брендов наиболее популярной и востребованной является мука «Цесна» (9,1%).

Общий анализ рынка показал, что наибольшая доля рынка по мукомольной продукции приходится на кыргызстанские бренды – 61,5%, а на зарубежные т.е. казахстанские – 38,5%.

## Торговые марки, наиболее широко представленные на рынке КР в 2008 г.



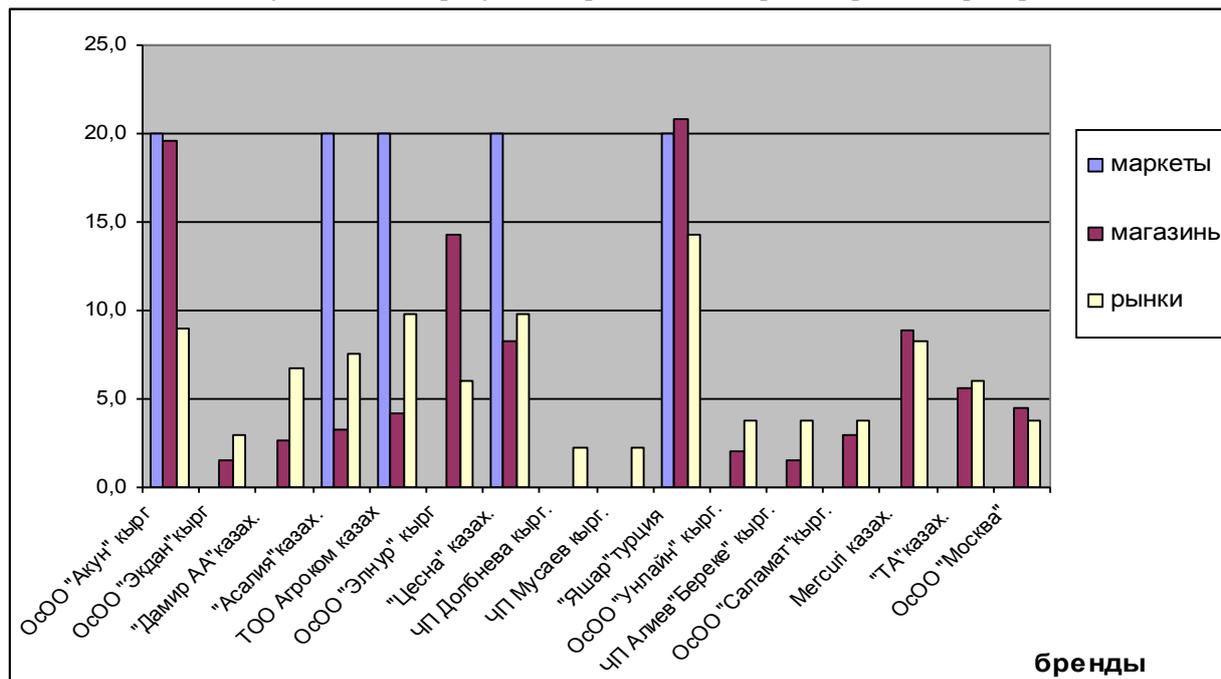
Мука «Яшар» выпускаемая в Кыргызстане, но, являющаяся турецкой частной собственностью представлена во всех регионах КР в разнообразном ассортименте. Помимо вышеперечисленных факторов, такой популярности способствует **стабильное качество и высокая маневренность** предприятия к изменениям в спросе потребителей. Следующую позицию занимает мука «Акун». Продукция этой торговой марки недорогая, но очень хорошего качества. Мука «Акун» отличается своей универсальностью. Ее можно использовать как для выпечки так и для приготовления еды. Кроме того, цены на муку «Акун» для оптовых покупателей ниже цен «Яшара». Так, например, при заказе более 5 тонн в месяц мука «Акун» 1 сорта отпускается по цене 10,0 сом за 1 кг, а мука «Яшар» по цене 10,5 сом за 1 кг. Среди казахстанских брендов наиболее часто встречаются «Цесна» и «Мерсуги». По сравнению с другими казахстанскими брендами «Цесна» присутствует в любом регионе КР как в мелкой фасовке по 2 кг, так и в крупной (для оптовых покупателей) по 50 кг. в мешке. Популярность данного бренда обусловлена, прежде всего конкурентоспособной рыночной ценой – 10,5 сом за 1 кг продукции и хорошим качеством.

Как видно, все вышеперечисленные бренды объединяют 3 фактора: ассортимент, цена и высокий уровень качества. продукция. Поэтому, в случае создания и внедрения нового бренда муки необходимо в первую очередь иметь высококачественную

продукцию, конкурентоспособные цены и универсальное предложение, например, мука - обогащенная витаминами. Популярность различных брендов мукомольной продукции в разных категориях торговых предприятий КР. Анализ рынка показал, что в маркетах и продуктовых магазинах наибольший удельный вес занимают «Яшар» 20,8%, «Акун» 19,6%, «Элнур» 14,2%, «Мерсуги» 8,9% и «Цесна» 8,3%. На продуктовых рынках ситуация почти такая же как и в магазинах. Лидирующее положение занимают «Яшар» 14,3%, «Цесна» 9,8%, ТОО «Агроком» 9,8%, «Акун» 9,0% и «Мерсуги» 8,3%.

Особое внимание следует уделить мукомольной продукции без бренда. Такую муку выпускают частные мельничные комплексы, использующие компактные мини-мельницы (китайские), выпускающие продукцию далеко невысокого качества и укрывающиеся от налогообложения. Обычно такая мука присутствует на рынках. В продуктовых магазинах и маркетах удельный вес таких брендов составляет %. Это говорит о том, что в супермаркетах наиболее цивилизованный уровень продаж и взаимоотношений с поставщиками. Следовательно, потребитель полностью застрахован от приобретения некачественной, самопальной мукомольной продукции в супермаркетах функционирующих в различных регионах Кыргызской Республики.

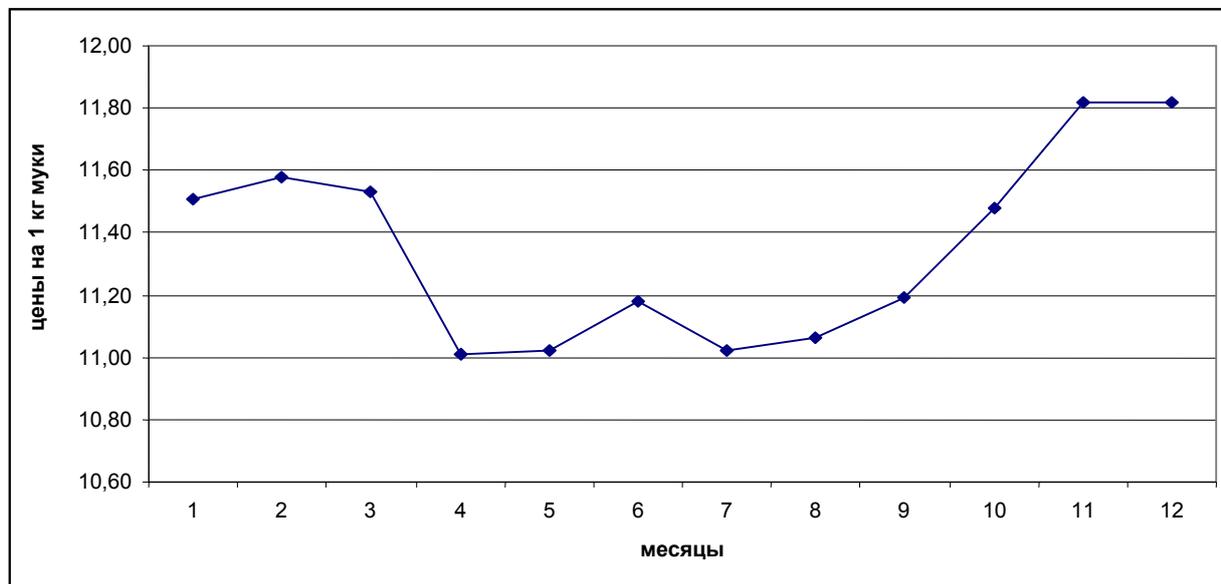
Наличие мукомольной продукции в разных категориях торговых предприятий



Для анализа розничных цен на мукомольную продукцию за основу были взяты данные за последние два года, т.е. за 2007 и 2008 гг.

В результате анализа выяснилось, что цены на муку, в частности, муку 1 сорта (данные национального статистического комитета КР), понизились на 6% в 2008 году, по сравнению с 2007 годом, т.е. от 12,08 сом за 1 кг до 11,35 сом. В среднем по республике динамика цен в 2008 году была следующей:

Динамика розничных цен на муку по месяцам в 2008 г.



Из диаграммы видно, что цены на муку практически не меняются и с марта по апрель месяц наблюдается резкое падение цен с 11,53 сом до 11,02 сом за 1 кг продукции т.е. на 50 тыйын. С апреля по август месяц цены почти не меняются и остаются на уровне от 11,02 до 11,06 сом за 1 кг. Постепенный рост цен наблюдается с августа по октябрь месяц, а

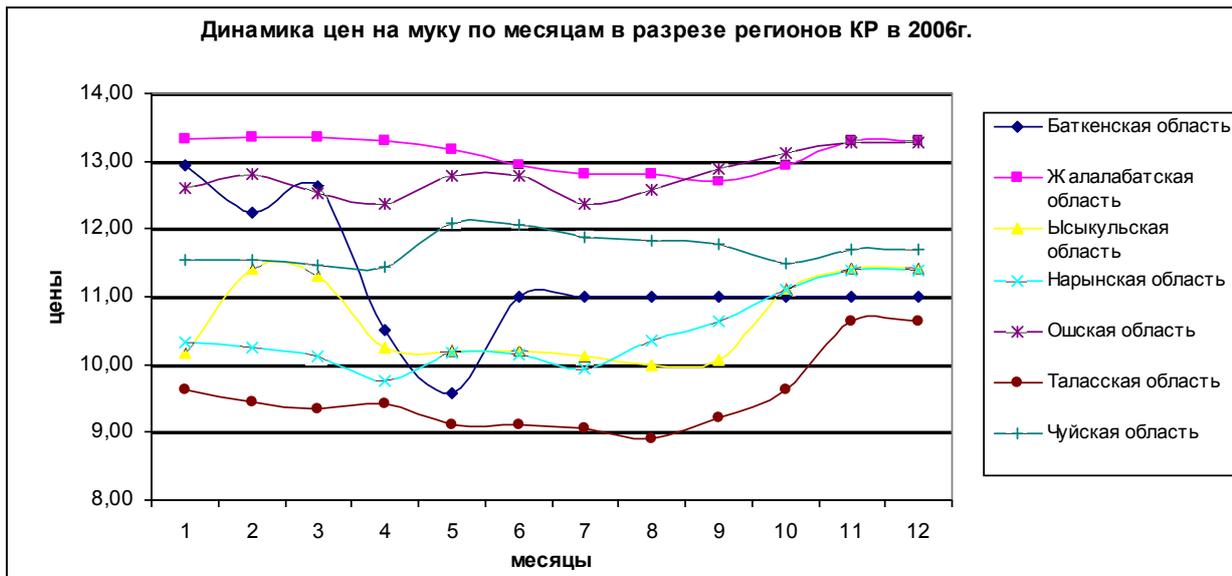
в ноябре цены на муку достигают своей максимальной отметки – 11,82 сом или на 80 тыйын выше уровня августа месяца. Такая динамика цен характерна для сезонных периодов. В мукомольной отрасли понижение цен наблюдается в период сбора урожая. К этому периоду относятся такие месяцы как август, сентябрь, октябрь. В эти месяцы

производители муки имеют возможность приобретать зерно по довольно низким ценам и соответственно понижать цены на муку. В ноябре месяце, как правило, цены на сырье растут, в результате чего повышаются цены на муку.

Ситуация цен на муку 1 сорта по регионам следующая. Самые низкие цены наблюдаются в Таласской области в среднем, составляют 9,51 сом за 1 кг, а самые высокие - в Жалалабатской области в среднем, 13,11 сом за 1 кг. Такой разрыв цен, в основном, объясняется различным уровнем цен на

зерно используемой для производства муки. Точнее, в Жалалабатской области среднегодовая цена пшеницы за 1 кг- 6,80 сом, а в Таласской области - 5,2 сом за 1 кг. Кроме того, следует учесть, что в Таласской области такой низкий уровень цен держится из-за острой конкурентной борьбы составляемой казахстанскими производителями.

Динамика цен по месяцам в разрезе регионов хорошо проиллюстрирована в диаграмме приведенной ниже:



Рынок мукомольной продукции КР можно поделить на два самых масштабных блока сегмента:

1. Рынок организаций-потребителей. Рынок организаций- потребителей составляет по оценочным данным не менее 20% общего объема рынка и включает несколько основных компонентов:

- Государственные закупки для нужд бюджетных организаций (образовательных, медицинских, военных и т.д.). закупки производятся по тендеру.
- Корпоративные закупки
- Пекарни, магазины, кафе, рестораны производят закупки у поставщиков.

Рынок индивидуального потребителя. Этот рынок является основным по объему (80%), и в свою очередь может сегментироваться по множеству различных признаков: по качеству, расфасовке, цене, полезности для здоровья, упаковке и т.д.

По уровню потребления можно выделить такой сегмент, как активные потребители макаронной продукции. Опрос конечных потребителей, а так же хронометраж продаж проведенный в различных торговых точках КР выявил, что целевую аудиторию составляют женщины в возрасте от 31 до 55 лет (90%). Потребители этого сегмента рынка, в основном, домохозяйки. По уровню денежных доходов населения этот сегмент рынка делится на

потребителей с очень низким уровнем доходов от 1000 до 2000 сом в месяц – сегмент (А), средним уровнем доходов от 2000 до 5000 сом в месяц – сегмент (Б) и выше среднего более 5000 сом в месяц – сегмент (В). Характер спроса на мукомольную продукцию каждого сегмента следующий:

1. сегмент А- приобретает мукомольную продукцию, в основном, на рынках и продуктовых магазинах. Основной акцент при выборе макарон делается на цене. Предпочитают весовую муку по цене до 10-12 сом за 1 кг.

2. сегменты Б и В более избирательны при покупке макаронной продукции. Решающую роль при выборе товара имеют качество и ассортимент товара. Цена не играет большой роли. Предпочитают как весовую так и фасованную продукцию. Определенных ценовых ограничений не имеется. В среднем, покупки производятся с периодичностью 1 раз в месяц до 5 кг. В основном отдается предпочтение расфасовке от 1 кг до 3 кг – 45% опрошенных. Согласно опросу потребители приобретают макаронную продукцию с осторожностью, в основном, по рекомендации. Скорее всего, это связано с тем, что зачастую рынок предлагает некачественную продукцию, и тем самым вынуждая потребителя отдавать предпочтение проверенному продукту, экономя свои денежные

средства. Хронометраж проведенный в магазинах выявил, что основными покупателями муки являются женщины в возрасте от 31 до 55 лет (95%). Данная группа потребителей при выборе муки основное предпочтение отдает качеству и возможности использовать приобретенную муку как для выпечки так и для приготовления еды.

**Литература:**

1. Справка Министерства Сельского хозяйства Кыргызской Республики Королев А.А.// Вопросы питания 1996 .№3 М.
1. Доклады научно-практической конференции Вестник МГУ-2008г.
2. Доклады научно-практической конференции Вестник КНУ-2006 г.
3. Отчет Министерства Пищевой и перерабаты-вающей промышленности на 2005-2008 гг. Кыргызстан в цифрах -2008 г.
4. Статистический сборник- Национального статистического комитета-2007 г.
5. Блажа И.Д. «Концентрация и специализация производства пищевой промышленности» М., 1997 г
6. Пелих А.С. «По безотходной технологии » М., 1998г. Маркетинг Санкт-Петербург 2005

**Рецензент: д.э.н., профессор, Сарыбаев А.С.**

---