

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРОВ

Алланиязов Б.У

соискатель Каракалпакского государственного университета

АННОТАЦИЯ: *В данной статье исследуются факторы, влияющие на обеспечения Приаральской территории конкурентоспособными, потребительскими товарами, и методы повышение конкурентоспособности с помощью научно-технического прогресса и инновации.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, инновация, инновационные инвестиции, рентабельность производства, рационализация, диверсификация, продуктовые инновации, технологические инновации.*

ANNOTATION: *This article explores the factors that affect the supply of competitive consumer goods to the Aral Sea region as well as strategies for boosting competitiveness through advancements in science, technology, and innovation.*

Key words: *Competitiveness, innovation, profitable production, rationalization, diversification, product , innovation technology*

В экономике территории Приаралья, исходя из уровня развития производительных сил и экономического потенциала, важное место занимает задача более полного обеспечения потребностей населения конкурентоспособными потребительскими товарами. В настоящее время развитые страны мира повышение конкурентоспособности товаров обеспечивают за счет использования инноваций, разработки высокотехнологических продуктов, создание которых основывается на непрерывном и интенсивном развитии научно-технического потенциала.

Социально-экономическая стабильность во многом зависит от благосостояния всех слоев населения и, прежде всего, спроса на продовольственную продукцию и на различные виды товаров и самообеспечение является одним из

принципов, лежащих в основе стратегических направлений развития, реализация этого принципа создает новые возможности, которые устранят препятствия для развития производства.

Основой развития рынка являются критерии развития конкретного сектора и выявления перспективных направлений различных сфер производства. С этой целью для каждого вида из произведенной продукции и товары необходимо определить потребительский спрос и специфика потребления основных групп продукции и товаров структура производства, а также перспективы развития производственного сектора.

Для определения перспектив развития отрасли необходимо выяснить:

-потребности населения, который определяются нормами потребления данного продукта и численностью населения:

$$P_c = P_n \times N_{\text{ч}} \text{ тыс. тн} \quad (1)$$

-определение коэффициента насыщенности рынка данными товар:

$$K_n = \frac{\Phi_{\text{п}}}{P_c} \times 100\% \quad (2)$$

где P_c – потребительский спрос населения, P_n – нормы потребления данного продукта, $N_{\text{ч}}$ – численность населения, чел. K_n – коэффициент насыщенности рынка товарами, %; $\Phi_{\text{п}}$ – фактический объем производства.

Эти формулы определяют потребительский спрос и уровень обеспечения товарами населения. Например, расчеты показывают, что в Республике Каракалпакстан только потребности населения в овощах, бахчевых и молочной продукции соответствуют уровню потребительского спроса, потребность в других продукциях является неудовлетворительной. Вместе с тем, в регионе имеется большой потенциал для самообеспечения овощами и молочной продукцией, а также большой потенциал для предприятий по переработке овощей и молока.

Улучшение торговли за счет мобилизации внутреннего производственного потенциала является необходимым инстру-ментом для надежного обеспечения продовольствием, различными товарами создать условия для перемещения товаров из одного рынка в другой на основе развития экономических связей и

рационального распределения продовольственных ресурсов, которые ориентированы на потребности населения.

Функции торговли, промышленности и ряда других отраслей экономики объединяет в себе отрасль бытового обслуживания населения, и она одна из наиболее ведущих отраслей сферы обслуживания республики.

В регионе Приаралья за последние пять лет число торговых точек и объектов, а также объемы инвестиции по сферам деятельности увеличились почти вдвое. (табл. 1)

Среднегодовое количество действующих предприятий и организаций в сфере потребительского рынка

Таблица 1

Комплекс потребительского рынка	Количество действующих предприятия и организаций			
	по Хорезмской области		по Республике Каракалпакстан	
	2015 год сумма	2020 год сумма	2015 год сумма	2020 год сумма
-число организ.,точек бытов.обслуж.	1015	1792	988	2584
число орг.,точек обществ. питания	398	746	582	1202
общее число торговых объектов	6407	10222	2517	5180
- объем	562,4	1021	343	717,2

инвестиции,млрд.сум				
---------------------	--	--	--	--

В соответствии с этим, объемы торговли и оказания услуги населению увеличилось в несколько раз (табл. 2)

Основные показатели комплекса потребительского рынка

Таблица 2

-торговля и общепит, млрд.сум	5483,7	26,8	3046,5	4760,1	24,2	2587,1	24,2
-платные услуги населению, млрд.сум	4720,5	25,4	2582,5	4698,2	20,7	2610,1	23,1
-бытовые услуги, млрд.сум	162,0	17,1	90,0	129,5	15,3	72,0	16,2

Вместе с тем, для самообеспечения и экспорта наращивание объемов производства потребительских качественных товаров следует осуществлять за счет: технического перевооружения, модернизации и реконструкции действующих предприятий; строительство новых предприятия по выпуску конкурентоспособной продукции; освоения выпуска новых конкурентоспособных видов товаров; внедрение современных технологии, обеспечивающих повышение качества выпускаемых потребительских товаров; повышения уровня использования мощностей путем создания собственной отраслевой сырьевой базы с использованием местного сырья и более эффективного использования производственных мощностей; устранение диспропорции между отраслями, внутри отрасли, между предприятиями; формирования гибкой налоговой, кредитной, ценовой и таможенной политики и на этой основе повышать уровни конкурентоспособности продукции и насыщать рынки потребительскими товарами.

Под конкурентоспособностью товара понимается комплекс потребительских, ценовых и качественных характеристик товара, определяющих его успех, как

на внутреннем, так и на внешнем рынке, в широком смысле, конкурентоспособность - концентрированное выражение экономической мощи, совокупность ее научно-технического, производственного, организационно – управленческого социокультурного и духовного потенциала. Эта мощь определяет способности обеспечить рост благосостояние, стабильность внутреннего рынка, финансовой системы и национальной валюты, занятость населения. Отсюда вытекает, что экономика конкурентоспособна, если все ее ресурсы, используются с наибольшей продуктивностью, только высокая производительность сможет обеспечить повышение уровня жизни, являющегося основным критерием эффективности экономического роста. Известно, что конкурентоспособность экономики имеет многоуровневые формы проявления; конкурентоспособность товара; конкурентоспособность товаропроизводителя; конкурентоспособность отрасли. Между всеми уровнями конкурентоспособности существует достаточно тесная внутренняя и внешняя взаимозависимость. Конкурентоспособность в конечном итоге зависит от способности конкретного товаропроизводителя выпускать конкурентоспособный товар.

Оценка конкурентоспособности характеризуется такими показателями, как темп роста: ВВП, производительности труда, заработной платы, увеличение доли иностранных инвестиций в общем объеме инвестиций, расходов на образование, фундаментальную науку, НИОКР в процентах к ВВП. Качественную сторону конкурентоспособности определяет доля в экспорте продукции (работ, услуг) несырьевых, трудоемких и капиталоемких отраслей, отраслей высоких технологий, удельный вес в экспорте и т.д. Товарная конкурентоспособность находится в прямой зависимости от издержек производства, производительности и интенсивности труда, которые влияют на цену и качество изделия.

К важным конкурентным преимуществам следует также отнести рентабельность производства, характер инновационной деятельности, уровень производительности труда, эффективность стратегического планирования и

управления фирмой, адаптивность (способность быстро реагировать на меняющиеся требования и условия рынка) и др. и важнейшее место приобретают качество товара, его новизна, наукоемкость.

С момента создания и в процессе функционирования каждый товаропроизводитель, компания, фирма должны постоянно решать проблемы обеспечения конкурентоспособности. Конкурентоспособность любого хозяйственного субъекта складывается из целого ряда конкурентных преимуществ, которые выявляются на рынке путем сопоставления с соответствующими показателями фирм-конкурентов.

Таким образом, конкурентоспособность — это способность производить качественные товары и услуги, удовлетворяющие требования рынка, реализация которых увеличивает благосостояние граждан. Повышение конкурентоспособности является одним из определяющих критериев оценки уровня экономического развития, способности постоянно развивать и совершенствовать свое конкурентное преимущество. При оценке уровня потенциала конкурентоспособности необходимо учитывать не только степень развитости каждой детерминанты – факторных условий, условий спроса, кластеров, стратегий фирмы, - но и специфику самой организации экономики. Если рассматривать конкретно каждую детерминанту, то республика обладает значительными факторными преимуществами: богатейшая минерально – сырьевая база, обладание уникальными запасами ископаемых; обширные сельскохозяйственные угодья; трудовые ресурсы.

Известно, что достижения высокой конкурентоспособности экономики не может быть обеспечено без внедрения новых средств техники и прогрессивных технологий. Это связано с разработкой и освоением прогрессивных технологий внедрением новых методов управления нововведениями, создания условий для распространения адаптивных организационных форм поддержки инновационной деятельности. Так как отрасли с относительно невысоким износом производственных мощностей большую часть средств направляют на приобретение машин и оборудование, внедрение новшеств, т. е. в них

преобладают процессные инновации. В отраслях с существенно устаревшими мощностями доля таких расходов в общем объеме затрат на нововведения меньше т. с. они ориентируется на продуктовые инновации, вызванные в основном текущей конъюнктурой рынка. Это проявляется в изменении структуры затрат на технологические инновации (расходы на исследования и разработки, подготовку производство, внедрение изделий и технологии) и в смене вида инновационной деятельности.

Важнейшим показателем этих процессов являются затраты на инновации. Данный показатель отражает способность страны к инновационной деятельности и кроме величины расходов на НИОИОР, учитывает расходы на дизайн и маркетинг, численность занятых в научной сфере, число полученных патентов внутри страны и за рубежом, развитость сферы образование.

Инновация – это результат трансформации знаний, дающих определенный экономический, социальный управленческий и другой эффект, внедряемых в практическую деятельность реализуемых на рынке в качестве нового жизненного цикла продукции воплощенных в новом экономическом продукте. Инновационные инвестиции – это вложение финансовых, имущественных и интеллектуальных ценностей (богатств) в объекты и процессы, которые направляются на их качественное изменение с использованием передовых достижений науки и техники, и в конечном итоге нацелены на достижение прибыли или других социально – экономических выгод.

В современном мире развитие экономики, прежде всего, должно опираться на отечественный научно-технологический потенциал, ориентированный на модернизацию существующих и внедрение новых технологий в технологические цепочки. Вместе с тем следует отметить, что имеются некоторые факторы торможения инновационной деятельности, как:

- слабая поддержка инноваций финансово-кредитной сферой;
- нерациональное соотношение крупных, средних и малых научных и внедренческих организаций;
- недостаточное развитие системы охраны интеллектуальной собственности;

- низкая коммерческая квалификация участников нововведений.

Из этого следует, что развитие инновационной деятельности требует усиления финансирования государственных прикладных и инновационных, также частных научно-технических разработок. Улучшение финансового обеспечения инновационной сферы достигается путем совершенствования налоговой политики, т. е. установлением непосредственной зависимости размера налога от величины, вновь созданной стоимости продукции, полученной прибыли и стоимости имеющегося имущества и т. д.

Формирования и развития потребительского рынка и насыщения его качественными товарами отечественного производства за счет внутренних резервов и возможностей, для этого: осуществить стимулирование, поддержку и развитие отечественных производителей; локализовать производства на базе местных ресурсов; принятие систем налоговых льгот; создать законодательную базу для привлечения и защиты иностранных инвестиций, которое способствует вводу в эксплуатацию новых объектов, техническому перевооружению действующих предприятий, увеличению производства важнейших видов продовольственных и непродовольственных товаров, при этом необходимость увеличения объемов производства и повышения доли отечественных товаров на внутреннем и внешних рынках, очевидна, как с точки зрения повышения благосостояния населения, обеспечения продовольственной безопасности, так с точки зрения укрепления бюджета.

Повышение конкурентоспособности является определяющим фактором общественного воспроизводства, побуждающим участников конкурентного процесса, быстрее удовлетворят общественные потребности, выражающиеся через спрос, осваивать инвестиции, внедрять достижения научно – технического прогресса, снижать затраты, повышать качество, расширять предложение товаров и услуг. Таким образом, конкурентоспособность — это способность производителей выпускать товары и услуги, по ценам и качеству не уступающим аналогам другого производства и удовлетворяющим как внешних, так и внутренних потребителей; условием повышения

конкурентоспособности является формирования и эффективного функционирования конкурентных отношений на товарных рынках, независимости решений потребителей на рынке, свободы выбора стратегии конкурентного поведения товаропроизводителей.

Литература

1. Важенин С.Г. Социальная инфраструктура народнохозяйственного комплекса. М.: Наука, 1980.
2. Гапоненко А.Л. Стратегия социально-экономического развития: страна, регион, город. М.: «РАГС», 2001, Кухтин П.В. Инфраструктура муниципальных образований.- М.: КНОРУС, 2008.
3. Тощенко Ж. Т. Социальная инфраструктура: сущность и пути развития. - М.: «Мысль», 1980.
4. Эгамбердиев Ф.Т. Региональные особенности развития Агропромышленного производства в условиях либерализации экономики: Д/д. Т.2003
5. Статсборник. Основные тенденции и показатели экономического и социального развития Республики Узбекистан за годы независимости (1999-2011 гг.) и прогноз