

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Турусбеков Асхат Урматович

Магистрант МУИТ

Аннотация. Конкурентоспособность анализируется через полезность приобретаемого товара. Полезность характеризуется, насколько полно товар удовлетворяет конкретные потребности. Конкурентоспособный продукт должен обеспечить не только продаваемость на рынке, но и доходность бизнеса. Согласно теории эффективной конкуренции, более конкурентоспособными являются фирмы, где наилучшим образом организована сбытовая деятельность, эффективное управление финансами и персоналом организации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, малый бизнес, продукция, товар, доходность, бизнес, сбыт, финансы, маркетинг, рынок, экспорт.

КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНДАГЫ ЧАКАН ИШКАНАЛАРДЫН АТААНДАШТЫККА ЖӨНДӨМДҮҮЛҮГҮН ЖОГОРУЛАТУУ БАГЫТТАРЫ

Турусбеков Асхат Урматович

ЭИТУ Магистранты

Аннотация. Атаандаштыкка жөндөмдүүлүк сатып алынган өнүмдүн пайдалуулугу аркылуу талданат. Пайдалуулук продукт конкреттүү керектөөлөрдү канчалык деңгээлде канааттандыраары менен мүнөздөлөт. Атаандаштыкка жөндөмдүү өнүм бир гана сатылбастан, бизнестин кирешелүүлүгүн камсыз кылышы керек. Эффективдүү атаандаштык теориясына ылайык, атаандаштыкка жөндөмдүү фирмалар эң мыкты сатуу ишмердүүлүгү, натыйжалуу каржылык менеджмент жана уюмдун персоналы болуп саналат.

Негизги сөздөр: атаандаштыкка жөндөмдүүлүк, чакан бизнес, өнүмдөр, товарлар, кирешелүүлүк, бизнес, сатуу, каржы, маркетинг, базар, экспорт.

DIRECTIONS OF IMPROVING COMPETITIVENESS OF SMALL BUSINESS IN THE KYRGYZ REPUBLIC

Turusbekov Askhat Urmatovich

Master student IntUIT

Summary. The competitiveness is analyzed through usefulness of the acquired goods. The usefulness is characterized, how fully the goods satisfy specific needs. The competitive product has to provide not only marketability in the market, but also profitability of business. According to the theory of the effective competition, more competitive are firms where marketing activity, effective management of finance and personnel of the organization is best organized.

Keywords: competitiveness, small business, products, goods, profitability, business, sale, finance, marketing, market, export.

Одним из направлений повышения конкурентоспособности малых предприятий является проведение постоянного мониторинга.

Мониторинг среды конкуренции рынка способствует определению путей повышения конкурентоспособности. Для деятельности предприятия имеет большое значение оценка конкурентов, их конкурентной позиции, сбытовых сетей, маркетинговых методов.

На данный момент вопрос обеспечения конкурентоспособности продукции предприятий КР становится настолько актуальной, что для ее решения необходимы не только усилия самих предпринимателей, но нужна помощь со стороны государства. В помощи больше всего нуждаются малые предприятия.

Одним из приоритетов в экономической политике КР является укрепление:

1. необходимость повышения конкурентоспособности экспорта агропродовольственной продукции;
2. необходимость укрепления систем санитарного и фитосанитарного (СФС) контроля в целях соблюдения требований на экспортных рынках;
3. необходимость улучшения доступа к ресурсам и инструментам, призванным помочь действующим или начинающим кыргызским экспортерам в продаже своей продукции за рубежом.

Мясо и продукты его переработки, молоко и молочные продукты, а также фрукты и овощи были определены правительством Кыргызстана в качестве групп продукции, приоритетных для экспорта.

Основными инструментами, используемыми в Планах по развитию экспорта¹, являются предоставление доступа к торговой информации, развитие потенциала организаций и учреждений, содействие развитию торговли, в частности, поддержка и продвижение экспорта, упрощение торговых процедур, развитие и поддержка инфраструктуры обеспечения качества, снижение налогового бремени, а также предоставление экспортерам доступа к финансовым ресурсам.

С момента принятия Плана по развитию экспорта в марте 2015 года Правительство Кыргызстана выступило с рядом инициатив с целью укрепления экспортного потенциала сельскохозяйственной продукции страны. Они включали упрощение экспортных процедур, подписание меморандумов о взаимопонимании с основными бизнес-ассоциациями и оказание частному сектору поддержки для участия в торговых выставках.

Дополнительным примером может послужить утверждение в августе 2016 года Правительством Кыргызской Республики Плана действий по созданию и развитию торгово-логистических центров в Кыргызской Республике. Один из таких центров уже построен в Чуйской области.

¹ Плана по развитию экспорта (ПРЭ) на 2015-2017 годы, принятого Правительством Кыргызстана в марте 2015 года.

На основе исследования были выявлены общие слабые стороны товаропроизводителей КР, к которым относятся:

- медленная адаптация к изменению спроса;
- отставание по качеству продукции, дизайну, применяемым технологиям;
- высокий уровень затрат на производство.

Малый бизнес особенно зависим от действия многочисленных факторов и их комбинаций, определяющих деловую среду, и, как следствие, является наиболее уязвимым по сравнению с крупным и средним бизнесом.

Среди основных проблем конкурентоспособности малого бизнеса в Кыргызской Республике на современном этапе развития следует выделить следующие:

1. Сложность определения уровня конкурентоспособности малого предприятия вследствие многогранности данного понятия, которая в первую очередь определяется:

➤ динамичностью и относительной быстротой процессов, влияющих на изменение конкурентоспособности. Существует огромное количество факторов (внутренних и внешних), оказывающих воздействие на изменение конкурентоспособности предприятий, их объединений (кластеров) и экономик.

Одни факторы можно отнести к факторам долгосрочного воздействия, другие краткосрочны по своей природе, а третьи носят случайный или разовый характер. Действие одних факторов нарастает, других - ослабевает или прекращается вовсе. Все эти особенности создают дополнительные трудности при оценке уровня конкурентоспособности и его изменения;

➤ конкурентоспособность может быть определена лишь путем сопоставления экономического объекта с аналогом-конкурентом. Например, для определения уровня конкурентоспособности национальных предприятий, производимых ими товаров и услуг их способность вести конкурентную борьбу может оцениваться только путем их сравнения с иностранными или национальными предприятиями, товарами или услугами;

➤ понятие конкурентоспособности применимо к различным субъектам экономической деятельности, например, предприятиям или отраслям, странам, а также к отдельным производимым товарам. Следовательно, подходить к анализу проблемы конкурентоспособности можно на разных уровнях – на уровне всей экономики, на уровне секторов промышленности, на отраслевом уровне (или уровне кластеров), на уровне предприятия и отдельного товара.

Подход по уровням предлагает использовать для каждого уровня анализа определенный круг показателей и на их основе проводить сопоставление;

➤ конкурентоспособность товара - это комплексный показатель, отражающий итог действия многих факторов: эффективности работы конструкторов, производственной деятельности предприятия и его смежников, работы сбытовых организаций по реализации товаров на рынке. Но конкурентоспособность товара на конкурентном рынке

- не только его высокое качество и технический уровень. Это и умелое продвижение товаров в рыночном пространстве, и главное - максимальный учет требований рынка и конкретных групп потребителей. Производитель товара должен гибко реагировать на конъюнктуру рынка, требования покупателей и поведение конкурентов. Товар, принимаемый рынком, должен быть не только произведен в необходимых количествах и вовремя доставлен продавцам и покупателям, но должен быть гарантирован такой уровень его сервиса, который сложился в мировой практике;

➤ тесная взаимосвязь между понятиями конкурентоспособности и качества, конкурентоспособности и технического (или технико - экономического) уровня. Однако понятие конкурентоспособности значительно шире, поскольку качество и технико-экономические характеристики являются составной частью конкурентоспособности товара. Например, качество товара в определенный момент времени остается неизменным, а конкурентоспособность может измениться из-за воздействия таких внешних факторов, как изменение условий реализации, величины спроса и предложения, усиления или ослабления конкуренции со стороны подобных товаров и т. п.

Таким образом, на уровень успеха определенного товара на рынке влияют как его собственные характеристики, так и ряд внешних сил, поэтому не стоит забывать, что товар даже с отличными технико-экономическими характеристиками, но так и не реализованный на рынке не будет конкурентоспособным;

➤ оценка конкурентоспособности предприятия включает группы показателей, определяющих производственный и инновационный потенциал фирмы, финансовую стабильность предприятия, эффективность товаропроводящих сетей, состояние конкурентной среды. Помимо внутренних характеристик самой фирмы или предприятия, принимаются во внимание и такие внешние, как, например, доля продукции этой фирмы на внутреннем и мировом рынках или число основных конкурентов.

2. Относительно малое количество малых предприятий в Кыргызской Республике. Вообще современные исследования уделяют значительное внимание конкурентоспособности предприятия как основе конкурентоспособности национальной экономики. И в свою очередь, уровень конкурентоспособности малого бизнеса тесно связан с уровнем конкурентоспособности отечественных предприятий и экономики Кыргызской Республики в целом.

3. Невелико участие малого бизнеса в использовании новейших технологий, хотя развитые страны в своих стратегиях повышения конкурентоспособности предприятий делают ставку на облегчение доступа малого бизнеса к современным научным исследованиям и технологиям, поскольку он является очень мобильным и способен быстро реагировать на любые изменения конкурентной среды. Затраты на инновации малых предприятий в КР относительно скромны, хотя рост этих затрат заметен, особенно в добывающей промышленности.

4. Входные барьеры. Слабая вовлеченность граждан КР в малый бизнес связан с относительно высокими барьерами при входе в этот бизнес, проблемами, возникающими при его открытии и ведении, отсутствием видения перспектив его развития. Кроме того, значительный процент ликвидируемых предприятий связан с отсутствием стратегии и навыков ведения конкурентной борьбы. Для большинства предпринимателей КР, которые хотят начать свой путь в бизнесе, наиболее трудным становится именно первый шаг, связанный с поиском необходимого финансирования. Среди наиболее распространенных трудностей целесообразно выделить следующие:

- Отсутствие стартового капитала было названо самым сложным барьером для начала бизнеса. Почти 65% опрошенных предпринимателей малого бизнеса назвали отсутствие или недостаток необходимых финансовых ресурсов для создания и развития собственного малого бизнеса главной причиной отказа от

принятия решения о начале собственного бизнеса.

- Второе препятствие для стартующих малых предприятий связано с боязнью высокой конкуренции со стороны крупных предприятий. Начинать любой бизнес можно, лишь имея уверенность, что будешь успешно конкурировать с другими участниками рынка, что твой товар или услуга будут востребованы потребителями. Поэтому очень важно заранее просчитать свои возможности, используя те механизмы поддержки, которые существуют в рамках деятельности общественных организаций и государственных структур.

- Искусственно созданные административные препятствия очень живучи и наносят ощутимый урон численности вновь создаваемых предприятий.

- В качестве четвертого барьера опрошенные респонденты отметили возможные проблемы, связанные с бухгалтерской отчетностью малого предприятия или индивидуального предпринимателя. Кроме того, слабая доступность экономических консультаций также тормозит рост количества малых предприятий.

5. Финансовые проблемы малых предприятий. Одной из основных проблем в этой области является дороговизна заемных финансовых ресурсов, которая определяется высокой ставкой кредитования, сложившейся исторически. И хотя заметна четкая тенденция к снижению ставки по кредитам, однако ресурсы все равно остаются относительно дорогими и не только не способствуют, а скорее препятствуют массовому развитию малых предприятий.

В январе-сентябре 2019 года на территории Кыргызской Республики действовало 12 тысяч предприятий, из них 11,3 тысячи - малые предприятия и 0,7 тысячи - средние предприятия. При этом, более 61 процента из числа действующих малых предприятий осуществляли свою деятельность в городе Бишкек².

² Статистический комитет КР

Число индивидуальных предпринимателей, включенных в базу данных Единого государственного регистра статистических единиц, на 1 октября 2019 года составило 409,1 тысячи и по сравнению с аналогичной датой предыдущего года возросло на 2,8 процента.

Численность занятых в малых и средних предприятиях в январе-сентябре 2019 года составила 84,0 тысячи человек.

За 9 месяцев 2019 года объем валовой добавленной стоимости, произведенной субъектами малого и среднего предпринимательства, сложился в размере 157,2 млрд. сомов и по сравнению с соответствующим периодом прошлого года увеличился на 10,8 процента, а ее доля в объеме ВВП составила 39,5 процента (37,3 процента к ВВП - в 2018г.). Увеличение доли ВДС обусловлено ее ростом в оптовой и розничной торговле - на 1,3 процентных пункта, транспортной деятельности и хранения грузов - на 0,4 процентных пункта, строительстве - на 0,3 процентных пункта и промышленной отрасли - на 0,2 процентных пункта.

Объем промышленного производства субъектов малого и среднего предпринимательства в январе-сентябре 2019 года сложился в размере 40,8 млрд. сомов, что на 9,9 процента больше, чем в соответствующем периоде прошлого года. При этом, их удельный вес в общем объеме промышленной продукции составил 20,8 процента (в январе-сентябре 2018 года - 22,1 процента).

Объем подрядных работ, выполненных субъектами малого и среднего предпринимательства в январе-сентябре 2019 года, в сравнении с январем-сентябрем 2018 года, увеличился на 15,6 процента. При этом, снижение объемов работ наблюдалось в средних предприятиях, в то время как в малых предприятиях и у индивидуальных предпринимателей он, напротив, увеличился.

Объем оптовой и розничной торговли, ремонта автомобилей и мотоциклов субъектов малого и среднего предпринимательства за 9 месяцев 2019 года сложился в размере 319,8 млрд. сомов, что на 4,6 процента больше, чем в январе-сентябре 2018 года. Доля оборота торговли малого и среднего предпринимательства в общем ее объеме по республике составила 90,7 процента, из них основная доля (46,6 процента) пришлось на индивидуальных предпринимателей.

Объем услуг, предоставленных гостиницами и ресторанами в январе-сентябре 2019г., составил 14,5 млрд. сомов. При этом, доля услуг, оказанных индивидуальными предпринимателями, в общем их объеме составила 70,7 процента, малыми предприятиями - 17,6 процента, средними предприятиями - 3,0 процента.

В январе-сентябре 2019 года субъектами малого и среднего предпринимательства, осуществляющими деятельность в сельском хозяйстве, включая крестьянские (фермерские) хозяйства, произведено продукции на 105,0 млрд. сомов, что по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 5,7 процента больше.

В структуре валового выпуска продукции малого и среднего предпринимательства 61,2 процента приходилось на продукцию, произведенную крестьянскими (фермерскими) хозяйствами. Из общего объема продукции, произведенной крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, включая индивидуальных предпринимателей, на долю продукции растениеводства пришлось 63,6 процента, животноводства - 36,4 процента.

В январе-сентябре 2019 года малыми и средними предприятиями (без крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей) получено 90,5 млрд. сомов выручки (валового дохода) от реализации продукции (товаров, работ, услуг), а их доля в объеме выручки предприятий реального сектора экономики составила 28,3 процента.

Основной объем выручки (56,0 млрд. сомов, или 61,9 процента) был получен малыми и средними предприятиями г. Бишкек.

По сравнению с аналогичным периодом прошлого года, объем выручки увеличился на 11,3 процента, или на 9,2 млрд. сомов, что обеспечено малыми предприятиями.

Другой проблемой является то, что банки предпочитают кредитовать уже существующий и эффективный средний и крупный бизнес, в том числе и ввиду его большей прозрачности, в то время как большинство малых предприятий по стране остается «в тени».

Экономика страны не может быть конкурентоспособна, если работающие в условиях этой страны компании неконкурентоспособны, при этом совершенно не важно, являются они внутренними фирмами или филиалами иностранных компаний. Однако уровень конкурентной борьбы компаний и производительность компаний неразрывно переплетаются с качеством национальной деловой среды.

Стратегии компаний с высокой производительностью требуют более квалифицированных трудовых ресурсов, лучшей информации, более эффективных управленческих процессов, улучшенной инфраструктуры, лучших поставщиков, более продвинутых исследовательских учреждений, более интенсивного конкурентного давления и пр.

Всемирный экономический форум начал тестирование микроэкономических основ конкурентоспособности в 1998 г. и при построении «Индекса конкурентоспособности бизнеса» использует доступные статистические данные и эконометрические методы.

В развитых странах на базе продуманной макроэкономической политики реформы, предпринимаемые на уровне компаний, являются ключевыми для решения проблем безработицы, роста экспорта и превращения экономического роста в рост уровня жизни. В развивающихся странах микроэкономические ошибки исправляются макроэкономическими и социальными программами.

Для доступа к мировому рынку капитала страны могут стимулировать краткосрочный экономический рост за счет программ стабилизации и финансовых реформ. Однако они часто приводят к и излишнему притоку капитала и создают иллюзию прогресса. Без проведения реформ экономический рост в конечном итоге затухает уже на уровне компаний, так же, как и экспорт и создание новых рабочих мест, а рост заработной платы замораживается. В результате начавшееся бегство капитала подталкивает к проведению необходимых реформ.

Успешное развитие экономики требует прогресса на различных фронтах, и усилия, направленные на осуществление реформ, требуются на любой стадии экономического развития страны. Когда экономика развивается, она создает все новые и новые конкурентные преимущества, поэтому стратегически важно в процессе экономического развития знать, на какой основе следует развивать национальную конкурентоспособность, и для этого необходимо изучать многие аспекты стратегий компаний, а также национальной деловой среды.

Основой конкурентоспособности является производительность страны, которая, в свою очередь, состоит из производительности компаний этой страны. Уровень развития и производительность компаний напрямую зависят от качества национальной деловой среды. Пожалуй, этот «замкнутый круг» отражает самую суть этого индекса.

Предприятия должны изменять свои конкурентные преимущества по мере успешного экономического развития страны. Также необходимо переносить упор с конкуренции на основе унаследованных преимуществ (например, низкие издержки на рабочую силу или природные ресурсы) на конкуренцию за счет развития преимуществ эффективности и уникальности товаров и производственных процессов. При таком развитии предприятия видят необходимость уходить от использования, зарубежных каналов распределения в направлении создания собственных таких каналов.

Считавшееся конкурентным преимуществом на ранних стадиях развития становится недостатком на более высоких стадиях. Например, расширение использования лицензионных технологий эффективно для предприятий стран с низким и средним уровнем дохода, но для предприятий стран с высоким уровнем дохода необходимо использование собственных технологий для развития производства. Однако необходимые изменения часто отвергаются бизнесом только потому, что достижения прошлых лет долго остаются прибыльными, а новаторство всегда рискованно и не всегда поощряется.

Движение к более высокому уровню конкуренции зависит также от соответствующих изменений в деловой среде. Эту среду можно разделить на 4 взаимосвязанные сферы, основанные на теории «конкурентного ромба» М.

Портера:

- 1) качество условий (или факторов) производства;
- 2) суть стратегий предприятий и состояние конкуренции;

3) качество внутреннего спроса;

4) наличие связанных и поддерживающих производств.

Успешное экономическое развитие можно назвать процессом успешного обновления, в котором национальная деловая среда развивается в направлении поддержки и повышения уровня развития производительности предприятий благодаря их конкуренции. Страны отличаются друг от друга уровнем своего развития, следовательно, отличаются и их конкурентные преимущества.

Развитие компаний, их сила и способность к адаптации в меняющейся конкурентной среде в отдельной стране могут находиться на столь же высоком или низком уровне, как и качество деловой среды. Рейтинг глобальной конкурентоспособности 2019г. возглавил Сингапур. Далее идут США и Гонконг - 2 и 3 места, соответственно. Кыргызстан в этом рейтинге занимает 96 место среди 140 стран по уровню конкурентоспособности³.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. **Гришина Ю.В.** Влияние качества на конкурентоспособность продукции сельского хозяйства / Ю.В. Гришина // *Молодежь и наука*. 2016. № 4. С. 136.

2. **Жгунова П.А.** Повышение конкурентоспособности компаний на основе логистического подхода / П.А. Жгунова // *Рязанский государственный радиотехнический университет*. – 2019. – С. 152-154

3. **Иванова Л.А.** Маркетинговые исследования: практика проведения анализа конкурентоспособности организации / Л.А. Иванова // *Современное общество и власть*. – 2018. — №7. – С. 67-69

4. **Казакова Н. А.** Современный стратегический анализ: учебник и практикум для магистратуры / Н. А. Казакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 386 с.

5. **Каткова Т.В.** Конкурентоспособность, как фактор взаимодействия предприятия с внешней средой / Т.В. Каткова // *Актуальные вопросы управления, экономики и права. Современное образование и его роль в жизни общества: материалы международной научно-практической конференции*. – Новосибирск. — 2018 – С. 55-59.

6. **Квасникова В. В.** Конкурентоспособность товаров и организаций. Практикум / В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич. — М.: Инфра-М, Новое знание, 2015. — 192 с.

7. **Котова С.В.** Механизм реализации системы управления конкурентоспособностью предприятия и производимой продукции / С.В. Котова // *Аллея науки*. 2017. № 5. С. 146-149.

³ Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index).

8. **Кохно Н.О.** *Методология оценки конкурентоспособности коммерческих предприятий / Н.О. Кохно // Новая наука: финансово-экономические основы. 2017. № 2. С. 102-104.*

9. **Биримкулова К.Д., Дооронбекова Н.М., Алиева А.** *Перспективы внешнеэкономического развития в рамках ЕАЭС. Научный и информационный журнал "Наука и инновационные технологии". 2020. № 4 (17). С. 34-41.*