

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ®

№ 1 — 2012

ISSN 1813-8578

ISSN 1813-8578



9 771813 857006 >

Содержание

Экономическая теория

- Гафуров У.В. (Ташкентский государственный экономический университет, Узбекистан)
Теоретические аспекты эффективного применения льгот при поддержке субъектов малого бизнеса 7
- Цветков К.Л. (Московский государственный индустриальный университет)
Пространственный аспект воспроизводства экономических и социальных отношений..... 14

Экономика и управление народным хозяйством

- Акулов С.И. («САЛЕХАРДЭНЕРГО»), Моксина С.А. (Академия управления г. Ногинска),
Коробова М.А. (ООО «ТЕХЭНЕРГО»)
Интеллектуальная собственность в инновационной экономике 27
- Варивода В.С. (Ставропольский государственный аграрный университет)
Проблемы глобализации и интеграции международного бизнеса и их влияние на мировую экономику..... 28
- Воробьева Н.В., Яловой А.А., Сериков С.С. (Ставропольский государственный аграрный университет)
Перспективы и условия для развития благоприятного инвестиционного климата Ставропольского края..... 31
- Герасикова Е.Н. (Филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова в г. Ташкенте, Узбекистан)
Формирование благоприятного морально-психологического климата как направление повышения качества трудовой жизни коллектива..... 34
- Ершова А.М., Фадеева Е.А. (Волгоградский государственный технический университет)
Leap-технологии в ракурсе стратегического менеджмента..... 36
- Зарипова Д.А. (Альметьевский государственный нефтяной институт)
Конфликтность положений законодательной базы при формировании имущества в рамках осуществления муниципальной реформы 39
- О технологиях контроля эффективности управления собственностью города* 42
- Зияходжаев Б.А. (Институт экономики Академии наук Республики Узбекистан)
Значение развития сферы телекоммуникаций в формировании информатизированного общества в Узбекистане..... 45
- Зокирова Н.К. (Филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова в г. Ташкенте, Узбекистан)
Повышение конкурентоспособности рабочей силы как необходимый процесс в условиях либерализации экономики 49
- Ильин Д.Г. (Государственный университет управления)
Развитие отечественной химической и нефтехимической промышленности на основе кластеров в условиях модернизации экономики России 52
- Камалова Л.А. (Казанский государственный финансово-экономический институт, ОАО «Татнефть»)
Методика планирования геолого-технических мероприятий в нефтяной компании..... 55
- Костромин П.А. (Государственный университет управления)
Управление инновационным развитием компании в условиях модернизации ее экономики..... 59
- Курпаяниди К.И. (Институт экономики Академии наук Республики Узбекистан)
К вопросу формирования конкурентоспособности субъектов малого предпринимательства на региональном уровне..... 62
- Мартынов Л.М. (Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана)
Особенности принятия управленческих решений на высокотехнологичных предприятиях промышленности в условиях современной бизнес-среды..... 65
- Матчанова А.А. (Каракалпакский государственный университет, Узбекистан)
Экономические реформы и их результаты в сельском хозяйстве Республики Узбекистан 70

Курпаяниди К.И., кандидат экономических наук, доцент Института экономики Академии наук Республики Узбекистан

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Устойчивые темпы роста национальной экономики являются результатом системной поэтапной реализации национальной модели реформ. Последовательная модернизация экономики направлена на обеспечение ее макроэкономической сбалансированности, ускоренное развитие тех отраслей и производств, которые должны стать движущей силой дальнейшего экономического роста республики¹.

За годы независимости в Узбекистане создана прочная законодательная база, заложившая приоритет частной собственности – основы рыночной экономики. Сформирован благоприятный деловой климат и надежные правовые гарантии ускоренного развития малого бизнеса и частного предпринимательства (МБЧП) как важнейшего фактора формирования среднего класса собственников, устойчивого развития экономики страны, создания рабочих мест и роста доходов населения.

В результате за последние десять лет доля малого бизнеса в структуре валового внутреннего продукта возросла с 31,1 до 52,5 процента, уровень занятости в этой сфере – с 31,1 до 74,5 процента общего числа занятых в отраслях экономики². На долю доходов от предпринимательской деятельности приходится свыше 47 процентов совокупных доходов населения. По базе данных Единого государственного регистра предприятий и организаций по состоянию на 1 декабря 2011 года количество зарегистрированных субъектов малого бизнеса (без фермерских хозяйств) в Узбекистане составило 247208³.

В соответствии с Государственной программой «Год малого бизнеса и частного предпринимательства» в текущем году принят комплекс мер по дальнейшему созданию благоприятной бизнес-среды для широкого развития предпринимательской деятельности⁴.

В современных условиях МБЧП наиболее полно отвечают требованиям современной экономики, поскольку для них характерны легкость переориентации производств, инновационность выпускаемой продукции, чуткость к потребностям рынка, максимально эффективная производительность в соотношении человек – часы и многие другие факторы, способствующие созданию условий для кардинального увеличения несырьевого сектора экономики Узбекистана. При этом наибольший интерес в данном секторе уделяется инновационной технологической производственной деятельности предприятий. Для Узбекистана задача первоочередной важности является повышение конкурентоспособности национальной экономики. Занимаемые нашей страной позиции в рейтингах конкурентоспособности все еще соответствуют её мощному природно-ресурсному, научно-техническому и человеческому потенциалу⁵. В целях обеспечения конкурентных преимуществ и защиты интересов МБЧП в регионах страны, роста их потенциала, в т. ч. экспортного, повышения доли высокотехнологичной и наукоемкой продукции необходимо разработать систему мер поддержки этого бизнеса предусматривающую использование торгово-экономических, организационных, финансовых и информационно-консультационных инструментов. Региональная дифференциация, как по состоянию, так и по темпам социально-экономического развития составляет особую проблему для Узбекистана. Низкая конкурентоспособность региональных производителей как наследие

¹ Расулев А., Тростянский Д. Институциональные преобразования на этапе модернизации экономики Узбекистана. // Вестник Института экономики РАН. 2007. № 1. С. 246.

² <http://stat.uz/reports/74/>

³ <http://business.uzreport.com/uzb.cgi?lan=r&id=94378>

⁴ «О дополнительных мерах по формированию максимально благоприятной деловой среды для дальнейшего развития малого бизнеса и частного предпринимательства» – Указ Президента Республики Узбекистан № УП-4354 от 24 августа 2011 г.

⁵ <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-2011-2012/> – The Global Competitiveness Report 2011–2012. World Economic Forum.

планово-административной экономики требует активных действий со стороны производственных и властных структур региона. Экономика региона может получить дополнительный импульс поступательного движения, задействовав способы и инструменты управления, направленные на преодоление сырьевой направленности экспорта, на МБЧП в масштабах страны. В этой связи резко возрастает актуальность изучения формирования и развития конкурентоспособности МБЧП на региональном уровне, т. к. понимание влияния тех или иных элементов региональной политики позволит стимулировать реальный рост этого бизнеса.

Различают конкурентоспособность товаров и услуг, предприятий, регионов, отраслей и национальной экономики в целом. Между всеми этими уровнями существует тесная взаимосвязь: страновая, региональная и отраслевая конкурентоспособность в конечном итоге зависят от способности конкретных производителей выпускать конкурентоспособные товары. Таким образом, конкурентоспособность товара является базовой категорией для всех остальных уровней конкурентоспособности.

Конкурентоспособность товара автор определяет как степень привлекательности товара для потребителей, определяющую потенциальную и реальную возможность удовлетворения его потребностей. При этом конкурентоспособность товара является необходимым, но не достаточным условием конкурентоспособности предприятия. Предприятие может производить конкурентоспособную продукцию, но не быть конкурентоспособным. Существуют следующие основные отличия между понятиями конкурентоспособности товара и предприятия:

а) Покупатель является главным оценщиком конкурентоспособности товара и предприятия. Но в отличие от оценки конкурентоспособности товара оценку конкурентоспособности предприятия дает и сам товаропроизводитель, определяя целесообразность выпуска конкретного вида товаров в конкретных условиях.

б) Оценка конкурентоспособности товара применяется к каждому конкретному его виду, а конкурентоспособность предприятия охватывает всю номенклатуру и ассортимент, а также все виды производственно-экономической деятельности, осуществляемые предприятием;

в) Важным параметром оценки конкурентоспособности товара и предприятия является их жизненный цикл. Когда предметом исследования является текущая оценка конкурентоспособности, то фактор времени не имеет определенного значения.

Таким образом, понятие конкурентоспособности предприятия является более сложным и интегральным, то есть включающим в себя значительно большее число ключевых элементов, чем конкурентоспособность товара.

С учетом всего вышесказанного автор дает следующее определение: конкурентоспособность предприятия – это комплексная характеристика, позволяющая оценить результаты его деятельности и отражающая его потенциал и возможность в любой момент времени обеспечивать свои конкурентные преимущества и прибыльность, а также адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям внешней среды.

До обретения Узбекистаном государственной проблема повышения конкурентоспособности предприятий в большинстве случаев отождествлялась с задачей по обеспечению конкурентоспособности продукции. Это было продиктовано относительно слабым участием нашей страны в международном разделении труда, изолированностью экономики, отсутствием точной оценки реальной эффективности производства конкретного товара для внешнего рынка. В настоящее время, по мере создания рыночных отношений внутри страны и понимания на государственном уровне необходимости увеличения доли наукоемких товаров с высокой добавленной стоимостью во внешних поставках приоритет в вопросах конкурентоспособности отдается непосредственно предприятию и отрасли материального производства.

Конкурентоспособность предприятия является категорией динамической, её изменения обусловлены как внутренними, так и внешними факторами. Эти факторы могут, как повышать конкурентоспособность, так и уменьшать её. По мнению автора, внешние факторы, такие как фискальная, финансово-кредитная политика, разработка и реализация законодательных актов нацеленных на развитие бизнеса, экономическая ситуация в регионе, деятельность политических партий и инвестиционных фондов, наличие целевых программ по формированию конкурентоспособного бизнеса в большинстве случаев не поддаются влиянию со стороны предприятия. В свою очередь предприятие может влиять на внутренние

.....

факторы, такие как доля рынка, качество управления предприятием, стоимость бизнеса, масштабы использования современных каналов продаж, кооперации и достижений науки, эффективность поставщиков, количество клиентов и конкурентов и эффективная конкурентная стратегия.

Управление предприятием в настоящих условиях включает оценку и анализ факторов, повышающих или понижающих его конкурентоспособность.

Все основные направления укрепления конкурентных позиций фирм находят отражение при разработке ими долгосрочной стратегии, которая в современных условиях имеет ряд особенностей по сравнению со стратегиями фирм, функционирующих в условиях развитой рыночной экономики. Во-первых, целевой установкой фирм часто является не только обеспечение устойчивой прибыли, но и сохранение занятости, чтобы избежать обострения социальной напряженности. Во-вторых, резко повышенная степень и специфический характер рисков принимаемых решений, а также низкая платежеспособность покупателей продукции фирмы, включая государственные ведомства и учреждения. Конкурентоспособность региона определяется конкурентоспособностью предприятий в регионе, одним из факторов определяющих которую является социально-экономическая ситуация в регионе. Но, по мнению автора, в современных условиях чтобы быть конкурентоспособным предприятием недостаточно иметь природные и экономические ресурсы. Необходимо создавать, развивать и совершенствовать конкурентные преимущества, которые в первую очередь связаны с инновациями и эффективным использованием человеческого капитала. Повышение конкурентоспособности МБЧП на региональном уровне в большой степени обеспечивается за счет создания кластеров, т.е. в регионе возникает кластер – «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга»¹.

Кластерная модель уже внедрена в США, Италии, Швеции, внедряется в Казахстане, России. В Узбекистане фактически идет формирование кластера в автомобильной промышленности.

По нашему мнению, при формировании кластеров МБЧП на региональном уровне возможна схема из восьми последовательных этапов, включающих в себя: определение необходимости кластера МБЧП в регионе, идентификацию кластера этих предприятий, анализ, план и результаты формирования кластера, формирование соответствующей команды, программу «Кластерная инициатива», формализацию развития кластера, оценку его развития и функциональное соединение базового кластера с другими кластерными инициативами.

¹ *Портер М.* Конкуренция. М., СПб., Киев: Издательский дом «Вильямс», 2006. – С. 258.