

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КОМПЛЕКСА

Данная статья является итогом проделанного исследования и обобщения уровня конкуренции и конкурентоспособности потребительского комплекса Согдийской области Республики Таджикистан. Главная оценка работы по степени развития конкуренции заключается в том, что она носит низкий характер. В принципе конкурентоспособность в экономике можно классифицировать, на базе критерия уровня развития, на четыре группы: низко-конкурентоспособные, средне-конкурентоспособные, высоко-конкурентоспособные и супер-конкурентоспособные компании и предприятия. Поэтому возникает проблема выхода из первой группы и входа во вторую группу компаний и отраслей. Как это сделать? Какие формы, методы и инструменты для этого нужны? Тут нужен выбор приоритетов.

Предварительно еще раз отметим, что критерием отнесения к низко-конкурентной отрасли потребительской комплекса является то, что издержки обращения на выпуск проданного товара не сокращаются, а наоборот, увеличиваются. Это означает, что продажа товаров происходит за счет роста цен, который имеет свои пределы. Тем более что покупатели товаров потребительского комплекса относятся к низко-доходной части населения страны, и не могут обеспечить себя товарами при постоянном росте цен. Наиболее веским аргументом в этом плане являются итоги 2018 года по показателям рентабельности продаж, экономической деятельности, рентабельности активов и максимального роста издержек обращения. Поэтому задача заключается в том, чтобы постепенно сократить издержки на проданную продукцию, которая обеспечит приостановку роста цен, и даже их снижение. Тогда заработает эффект масштаба как основной фактор роста конкурентоспособности.

В работе предлагается два направления решения проблем повышения конкурентоспособности и развития потребительского комплекса региона.

Первое направление предполагает сохранить сложившуюся тенденцию торговой деятельности, оказание социальных услуг населению, а также хозяйствующих субъектов с низким уровнем материально-технической базы, особенно в сельской местности. Отсутствие административных и финансовых рисков является преимуществом данного направления действий. Этот вариант предполагает решение проблем отрасли потребительского комплекса в краткосрочном периоде эффективным использованием поверх-ностных резервов. В этом случае, кардинального изменения положения потребительского комплекса не произойдет. Конкуренция будет носить вялый, низкий и неактивный характер.

Этот путь сохранит отрицательные результаты, и в итоге может привести к увеличению непропорциональности в процессе удовлетворения спроса товарами первой необходимости населения сельской местности и районов. Наличие существующих функционирующих механизмов организационных работ, игнорирование применения целевой комплексной стратегической программы и низкая конкурентоспособность предприятий потребительского комплекса приведет к технико-технологическому устареванию торговой, заготовительной и производственной деятельности. В итоге, вытесняется продукция этих предприятий с рынка, а также постоянно будут расти цены на товары, в результате чего их доступность, особенно для социально незащищенных слоев населения, будет затруднена.

Разработка государственной целевой комплексной стратегической программы является приемлемым направлением, которое обеспечивало бы дальнейшее развитие и укрепление конкурентных позиций потребительского комплекса региона. Можно предполагать, что путем оказания активного воздействия на сложившуюся ситуацию потребительского рынка, с помощью предлагаемой целевой комплексной стратегической программы, найдут своё решение ряд социально-экономических проблем, особенно в отдаленных районах. Этот вариант охватывает долгосрочный период развития, но он может в корне изменить ситуацию потребительского комплекса региона. Он предполагает системные изменения и имеет нижеперечисленные элементы.

Следовательно, одним из приемлемых путей повышения уровня конкурентоспособности и выхода из сложившейся ситуации может стать поддержка потребительского комплекса со стороны государства. Отсутствие конкретной государственной целевой стратегии к решению проблем развития в дальнейшем приведет к снижению конкурентных преимуществ, ухудшению качества жизни сельских жителей, доставки необходимых товаров, оказанию услуг и обеспечению занятости.

Начальной ступенью развития потребительского комплекса региона, по мнению автора, является развитие инфраструктуры сельской местности. Речь идет о создании адекватной базы развития в следующих направлениях: производство общественных товаров, материально-техническое снабжение, развитие строительной базы, транспорта, дорог и связи.

Другим важным направлением является техническая поддержка. Новые технологии могут в решающей мере сократить издержки на выпуск, приостанавливая рост цен и повышая производительность труда. На этой почве, характер спроса может меняться в направлении его роста, что приведет к увеличению показателей конкурентоспособности в торговой отрасли. Налоги и таможенные пошлины в отношении новой техники должны взиматься по нулевой ставке.

Наблюдается усиление конкурентного давления на предприятий потребительского комплекса региона,

особенно её розничной торговли. Поэтому, на наш взгляд, необходимо разработать и осуществить более агрессивную стратегию завладения рынками продовольственных товаров, где они имеют конкурентное преимущество. Для этого в центре районов надо создать супермаркеты со всеми инфраструктурными объектами, способных организовать торговлю и оказывать услуги, связанные до и после продажным обслуживанием населения с разными категориями доходов. При этом важен вопрос о соотношении ассортимента товаров в районном супермаркете и местных магазинов. Передвижные торговые точки должны быть включены в систему доставки

Существенным резервом развития потребительского рынка Согдийской области является приграничная торговля с организацией перевалочной базы для ввоза и вывоза товаров из центра области. Практически все районы региона имеют границу с соседними государствами (Узбекистан и Киргизстан), что позволяет:

1. Значительно расширить группу покупателей своей продукции.
2. Чувствовать конкурентное давление систем торговли соседней страны.
3. Пополнить свои склады за счет товаров другой республики.

Практика показывает, что жители Киргизии, живущие на границе с Республикой Таджикистан, значительно пополняют свои товарные запасы за счет центра Согдийской области. Важно «прихватить этих покупателей» по транспортной артерии направленной к центру области (город Худжанд). Для этого, думается, надо создать мини супермаркеты, расположенные близко к городу. Эти изменения требуют роста эффективности внутренней среды. Нахождение, завоевание и удобное удовлетворение потребностей покупателей, определение эффективных вариантов товародвижения от стадии распределения ресурсов до покупки товаров потребителями приобретают немалое значение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рахимов А.М., Проблемы повышения конкурентоспособности экономики республики Таджикистан. Изд-во Р. Джалила, г. Худжанд, 2004г.
2. Факеров Х.Н. Потребительский рынок: проблемы регулирования -Душанбе, «Ирфон», 2002г.
3. Шарипов М.М. Концептуальная модель формирования конкурентоспособной организации потребительской кооперации – Душанбе: «Шамсиддин», 2011.- С. 78 - 79.