

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Г. Какалыева

кандидат технических наук, старший преподаватель, Туркменский государственный институт экономики и управления, г. Ашхабад, Туркменистан, asomje@gmail.com

Основными задачами экономической безопасности являются: обеспечение пропорционального и непрерывного экономического роста, преодоление инфляции и безработицы, формирование эффективной структуры экономики, уменьшение дефицита бюджета и государственного долга, обеспечение социальной защиты и повышение качества жизни населения, стабилизация национальной валюты, повышение конкурентоспособности страны и т. п.

Ключевые слова: экономическая безопасность; конкурентоспособность предприятия; анализ конкурентов; факторы конкурентоспособности.

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE AS A FACTOR IN THE ECONOMIC SECURITY OF THE COUNTRY

G. Kakalyeva

PhD in technical sciences, senior lecturer, Turkmen State Institute of Economics and Management, Ashgabat, Turkmenistan, asomje@gmail.com

The main objectives of economic security are: ensuring proportional and continuous economic growth, overcoming inflation and unemployment, forming an effective economic structure, reducing the budget deficit and public debt, ensuring social protection and improving the quality of life of the population, stabilizing the national currency, increasing the country's competitiveness, etc.

Keywords: economic security; competitiveness of the enterprise; competitor analysis; factors of competitiveness.

Основными задачами экономической безопасности страны являются: обеспечение пропорционального и непрерывного экономического роста, преодоление инфляции и безработицы, формирование эффективной структуры экономики, уменьшение дефицита бюджета и государственного долга, обеспечение социальной защиты и повышение качества жизни населения, стабилизация валюты, повышение конкурентоспособности страны и т. п. [1].

Во многих определениях конкурентоспособности страны акцент делается на способность страны экспортировать ту или иную продукцию, то есть на международную торговлю, для этого страна должна производить конкурентоспособные товары и услуги, что в свою очередь, достигается на микроуровне.

В статье рассматривается конкурентоспособность ТОО «Еşret» (в пер. с туркм. - *достаток*) Министерства сельского хозяйства Туркменистана, крупного предприятия по выпуску мороженого и проведен анализ деятельности конкурентов, т.к. для оценки сравнительных преимуществ предприятия необходимо провести сегментацию по основным конкурентам.

Анализ конкурентов включает три этапа: выявление основных конкурентов; оценка их целей, стратегий, сильных и слабых сторон, возможной реакции на действия конкурентов; принятие решения о том, кого из конкурентов следует атаковать, а кого – избегать [2].

Рынок мороженого Туркменистана изобилует этой продукцией, она представлена широким ассортиментом разных видов мороженого. Основными конкурентами ТОО «Eşret» на рынке мороженого Туркменистана являются Частное Предприятие (ЧП) «Erteki» (в пер. с туркм. – сказка), Частное Предприятие «Täze aý» (в пер. с туркм. – новый месяц) и продукция, импортируемая из Российской Федерации, Турции и др.

Для оценки конкурентоспособности предприятия необходимо ответить на вопросы, касающиеся решения этой задачи, в частности, какие тенденции сложились на рынке по таким факторам конкурентоспособности, как ассортимент выпускаемой продукции, цены на неё, формы продвижения продукции на рынке сбыта, направления научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, виды послепродажного обслуживания клиентов, пути подготовки персонала и др. [3]. С этой целью был проведён сравнительный анализ деятельности предприятия и его конкурентов по показателям комплекса маркетинга, чтобы можно было в наглядной форме представить современные тенденции и мотивации потребителя на рынке, происходящие изменения в системе предпочтений покупателей и определить будут ли покупатели приобретать продукцию предприятия и что нужно предпринять, чтобы заинтересовать покупателей.

В табл. 1 представлена систематизация данных при оценке конкурентоспособности предприятия-производителя, основные факторы, определяющие успех любого товара и переменные, по которым можно количественно оценивать значение факторов.

Таблица 1

Лист оценки конкурентоспособности предприятия относительно конкурентов

Факторы конкурентоспособности	Ваше предприятие	Конкуренты	
		А	Б
Продукт – качество, технические параметры, право на замену товара, стиль, престиж торговой марки, упаковка, габариты, уровень ремонтного обслуживания, гарантийный срок, многовариантность в использовании, уникальность, универсализм, надёжность, срок службы, защищённость патентами			
Цена – прейскурантная, процент скидки с цены, налоговая скидка, срок платежа, условия кредита, условия финансирования в случае покупки			
Каналы сбыта – формы сбыта (прямая доставка, торговые представители, предприятия производители, оптовые посредники, комиссионеры и маклеры, дилеры), степень охвата рынка, размещение складских помещений, система контроля запасов, система транспортировки			
Продвижение товаров на рынке – реклама (для потребителей, для торговых посредников), личная продажа (стимулы для потребителей, демонстрационная торговля, показ образцов товаров, обучение и подготовка сбытовых служб персонала), продвижение товаров по каналам торговли (демонстрация товаров, продажа на конкурсной основе, премии торговым посредникам, купоны, руководства по использованию), телевизионный маркетинг, упоминания о товарах в средствах массовой информации.			

В табл. 2 представлены факторы конкурентоспособности торгового предприятия (одна из торговых точек г. Ашхабада – маркет «Şerbet»). Каждой из переменных даётся оценка (от 0 до 5 баллов) как для предприятия, так и для местных конкурентов (0 – слабая позиция, 5 – доминирующая позиция на рынке).

Как показал анализ ассортимента предлагаемых покупателям видов мороженого – продукция, представленная ТОО «Eşret» и ЧП «Erteki» составляет по 6 товарных единиц, а ЧП «Täze aý» – 33 товарные единицы.

Анализ цен предлагаемых покупателям видов мороженого показал, что мороженое, предлагаемое ЧП «Erteki» на 30 %, а мороженое, предлагаемое ЧП «Täze aý» на 35 % дороже, чем мороженое, предлагаемое ТОО «Eşret».

Анализ степени охвата рынка и продвижения продукции показал, что предприятия занимают одинаковые позиции по этому показателю.

Таблица 2

Лист оценки конкурентоспособности предприятия относительно конкурентов

Факторы конкурентоспособности	ТОО «Eşret»	Конкуренты	
		ЧП «Erteki»	ЧП «Täze aý»
Продукт – ассортимент, качество, престиж торговой марки, упаковка	1 5 5 5	1 5 5 5	5 5 5 5
Цена	5	3	2
Распространение – степень охвата рынка	5	5	5
Продвижение – Реклама	5	5	5
Общее количество баллов	31	28	32

Как видно из табл. 2 общее количество баллов показало примерно одинаковое положение у ТОО «Eşret» и ЧП «Täze aý». Таким образом, для повышения конкурентоспособности ТОО «Eşret» предлагается расширение ассортимента выпускаемой продукции и увеличение объемов производства, так как по таким основным показателям, определяющим конкурентоспособность предприятия как качество продукции и цена ТОО «Eşret» занимает лидирующие позиции среди своих конкурентов.

Библиографические ссылки

1. *Стяпшин А. С.* Экономическая безопасность в современных условиях // Научно-практический журнал Индустриальная экономика. № 3. 2020. С. 6–11.
2. *Котлер Ф., Вонг В., Сондерс Дж., Армстронг Г.* Основы маркетинга. М., 2009. 310 с.
3. Современный маркетинг / Под ред. Хруцкого В. Е. М., 1991. 190 с.