

*PhD Shanazarova G.B.
Tashkent State the University
of Economics
Master Khaidarov B.M.*

FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF ENTERPRISES

Abstract. This article presents internal and external competitive advantages of the organization as a whole. There are main factors of competitiveness of the textile industry. In formulating competitive strategy is necessary, on the one hand, have a clear understanding of the strengths and weaknesses of the company, its position in the market, and on the other hand, understand the structure of the national economy in general and the structure of the industry in which the company operates.

Key words. *Competition, diversification, targeted impact, internal environment, external environment, competitiveness.*

*PhD Шаназарова Г.Б.
Ташкентский государственные
экономический университет
Магистр Хайдаров Б.М.*

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В данной статье представлены внутренние и внешние конкурентные преимущества организации в целом. Выявлены основные факторы конкурентоспособности текстильной отрасли. При формулировании конкурентной стратегии необходимо, с одной стороны, иметь четкое представление о сильных и слабых сторонах предприятия, его положении на рынке, а с другой стороны, понимать структуру национальной экономики в целом и структуру отрасли, в которой работает компания.

Ключевые слова. *Конкуренция, диверсификация, целенаправленное воздействия, внутренняя среда, внешняя среда, конкурентоспособность.*

С первых лет независимости Узбекистан избрал собственный путь развития, свою «Узбекскую модель» перехода к социально-ориентированной рыночной экономике. На сегодняшний день лидерами в текстильной индустрии являются именно те страны, где производственные факторы, напрямую влияющие на себестоимость продукции, минимизированы.

За годы независимости в Узбекистане создана широкая система правовых гарантий и льгот для иностранных инвесторов, разработана целостная система мер по стимулированию деятельности предприятий с иностранными инвестициями.

Управление конкурентоспособностью представляет собой в первую очередь целенаправленное воздействие на факторы, формирующие конкурентные преимущества различных объектов. В этой связи одной из важнейших задач становится выявление факторов, влияющих на конкурентные преимущества предприятия. Эти факторы частично являются одинаковыми для всех субъектов экономических отношений, а частично определены спецификой работы той или иной отрасли, сферы бизнеса. [2]

Реализация конкурентного преимущества опирается на сущность ценности, явившейся источником получения преимущества (материальные, нематериальные, денежные, социальные и другие ценности), и зависит от ее содержания, источника происхождения, динамичности проявления масштаба распространения и других условий.

Согласно определению Р. А. Фатхутдинова, конкурентное преимущество системы - это какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает система и которая дает ей превосходство перед конкурентами [1].

Соответственно, основные задачи в области управления конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью объектов сводятся к следующему:

1) анализ, отбор и обоснование конкурентных преимуществ и факторов конкурентоспособности объектов;

- 2) развитие слабых сторон объекта и создание новых конкурентных преимуществ;
- 3) формирование цели функционирования и развития объекта;
- 4) фокусирование факторов конкурентоспособности на «сжатие» всех конкурентных преимуществ в «лазерный луч»;
- 5) «направление» лазерного луча на цель.

Цель анализа конкурентоспособности фирмы — установить, какого конкурентного преимущества может добиться фирма и как его можно реализовать и защитить в конкретной ситуации.

Конкурентное преимущество может быть внешним и внутренним.

Внешнее конкурентное преимущество основано на отличительных качествах товара, которые представляют ценность для покупателя за счёт либо повышения эффективности его работы, либо сокращения его издержек, либо более высокого эмоционально-эстетического удовлетворения. Внешнее конкурентное преимущество упрочивает позиции фирмы на рынке, так как фирма может заставить рынок покупать её товар по цене более высокой, чем у главного конкурента, не обеспечивающего соответствующее отличие. Таким образом, внешнее конкурентное преимущество держится на стратегии дифференциации (отличия).

Внутреннее конкурентное преимущество базируется на превосходстве фирмы в издержках и в менеджменте, которые создают ценность для продавца, позволяющую получить себестоимость продукции меньшую, чем у конкурентов. Внутреннее конкурентное преимущество даёт возможность фирме быть более рентабельной и более устойчивой к снижению цен, которое может навязать рынок. Кроме того, фирма может иметь преимущества в распределении и продвижении своих товаров.

Внутренние конкурентные преимущества предприятия можно разделить на пять групп:

- 1) структурные, образуемые при проектировании предприятия;
- 2) ресурсные, образуемые при проектировании, функционировании и развитии;

- 3) технические, образуемые при проектировании, функционировании и развитии;
- 4) управленческие;
- 5) рыночные.

Перечисленные конкурентные преимущества интегрируются в показателях эффективности функционирования предприятия. Конкретная организация может иметь лишь несколько из перечисленных конкурентных преимуществ.

К внешним факторам конкурентного преимущества организации относятся:

- уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона;
- государственная поддержка малого и среднего бизнеса, науки и инновационной деятельности в стране и регионах;
- открытость общества и рынков;
- научный уровень управления экономикой страны, отрасли, региона и т. д., применяемость инструментов новой экономики;
- национальная система стандартизации и сертификации;
- налоговые ставки в стране и регионах;
- наличие доступных и дешевых природных ресурсов;
- система подготовки и переподготовки управленческих кадров в стране;
- климатические условия и географическое положение страны или региона;
- уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране. [1]

Перечисленные внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества организации являются максимально возможными для абстрактной организации. Для конкретного предприятия количество конкурентных преимуществ может быть любым. Чем больше организация имеет конкурентных преимуществ перед настоящими и потенциальными конкурентами, тем выше ее конкурентоспособность, живучесть, эффективность, перспективность. Для этого необходимо повышать научный уровень управления, завоевывать новые конкурентные преимущества.

К основным факторам конкурентоспособности текстильной отрасли

относятся:

- квалифицированная рабочая сила, глубокие традиции в текстильном производстве;
- доступность высококачественного сырья (хлопок, пряжа);
- стабильность в обеспечении энергоносителями (газ, электричество), наличие инфраструктуры;
- поддержка Правительства, в т.ч. льготы и преференции, инвестиционная среда;
- выход на крупнейшие рынки сбыта – страны СНГ, Европы.
- относительно низкая капиталоемкость отрасли, снижает барьеры для входа в нее предприятий малого бизнеса, способствует созданию конкурентной среды (треть всех работающих в промышленности);
- высокий уровень сопряженности с другими отраслями экономики, в т.ч. с сельским хозяйством, машиностроением, финансовым сектором, логистика;
- высокий уровень добавленной стоимости обеспечивает быструю оборачиваемость капитала, создает условия для его накопления;
- выраженный международный характер, участие в мировом разделении труда, иностранные инвестиции, внешняя торговля.

Таким образом, можно сделать вывод, что чем больше организация имеет конкурентных преимуществ перед настоящими и потенциальными конкурентами, тем выше ее конкурентоспособность, живучесть, эффективность, перспективность. Для этого необходимо повышать научный уровень управления, завоевывать новые конкурентные преимущества и смелее смотреть в будущее.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фатхудинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Учеб. -2-е изд. - М.: Эксмо, 2005. - 544 с.

2. Майкл Портер «Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость»: Издательство «Альпина Паблишер», 2008г.

3. Yusupov Ulugbek Shukrullaevich. Strategic Management Of Innovative Processes At Light Industry Enterprises In The Conditions Of Digitalization Of The Economy. International Journal of Scientific & Engineering Research Volume 11, Issue 2, February-2020 1250 ISSN 2229-5518

4. Юсупова Д.Т., Розиков А. Aspects of Organizing Esport-Oriented Textile Products and Export Development. International Journal of Research in Management & Business Studies. (IJRMBS 2020) Vol

5. Yusupov Ulugbek Shukrullaevich. Industry characteristics of innovative processes at the enterprises of light industry. European Journal of Economics №2, 2015.Vienna.

6. Yusupov Ulugbek Shukrullaevich. Improvement of the innovation system in textile enterprises. ISCIENCE.IN.UA Актуальные вызовы современной науки. Переяслав, LXIII Международная научная конференция, 26-27 сентября 2021г. Сборник научных трудов, Выпуск 9(63).

7. Yusupov Ulugbek Shukrullaevich. Foreign experience in evaluating the efficiency of innovative processes. ISCIENCE.IN.UA Актуальные вызовы современной науки. Переяслав, LXIV Международная научная конференция, 26-27 октября 2021г. Сборник научных трудов, Выпуск 10(64)

8. Юсупова Д.Т., Тўғонов И. Рақобатбардошлиқнинг иқтисодий моҳияти ва унга таъсир этувчи омиллар. Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни шакллантиришда менежмент ва корпоратив бошқарувнинг аҳамияти. Республика илмий-амалий конференцияси. Мақола ва тезислар тўплами. Т. ТДИУ, 20 май 2020 й.