

**ЎЗБЕКИСТОН RESPUBLIKACISI OЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ
ВАЗИРЛИГИ
МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ RESPUBLIKИ UЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ



**ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА
МЕНЕЖМЕНТ ВА КОРПОРАТИВ БОШҚАРУВНИНГ АҲАМИЯТИ**

ҳалқаро илмий-амалий конференцияси маъруза тезислари тўплами

**Ўзбекистон, Тошкент ш.,
2020 йил 20 май**

kesuvchi axborot kanallarini qo'llash usullari orqali ma'lum ma'noda yengillashtirish mumkin.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash mumkinki, boshqaruv samaradorligini oshirishda quyidagilarga alohida e'tibor qaratish maqsadga muvofiq bo'ladi:

- korxonada ixtiyoridagi iqtisodiy resurslarning har bir birligidan tejamkorlik bilan foydalanishni yo'lga qo'yish;

- boshqaruv maqsadlarini to'g'ri shakllantirish va strategik maqsadlarga erishish yo'lidagi operativ maqsadlarni to'g'ri tuzish va har bir davrda bu operativ rejalarni bajarilishini ta'minlash;

- ishlab chiqarishning texnik darajasini oshirishga tomon harakatni amalga oshirish.

- ishlab chiqarishni tashkil etishda uzluksizlik, tejamkorlik, to'g'ri oqimlilik, mutanosiblik, unumdorlik kabi tamoyillarni qo'llash;

- boshqaruv faoliyatida boshqaruvning zamonaviy tamoyillari va usullaridan foydalanish, rahbarning mas'uliyatini va imtiyozlarini oshirish;

- mehnatni tashkil etishni takomillashtirish va uning ilmiy yo'nalishlaridan oqilona foydalanish;

- ishlab chiqarish tuzilmasini samaradorlik nuqtaiy nazaridan qaytadan ko'rib chiqish, kerakli va samara berishi mumkin bo'lgan bo'limlarni tuzish va samara keltirmayotgan bo'limlarni qisqartirish;

- boshqaruv xodimlari tayyorlashga alohida e'tibor berish hamda uzluksiz tarzda malaka oshirish tizimini yaratish.

*М.Г. Умарходжаева, к.э.н., доцент,
О.Э. Абдусаломов стр.пр.,
ТГЭУ*

ФАКТОРЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ

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.

*доц. к.э.н., М.Г. Умарходжаева
ст.преп. А.К. Шермухамедов
ТГЭУ*

РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Сегодня вопрос развития цифрового сектора экономики Узбекистана поднялся до государственного уровня, и в этом направлении принимаются масштабные меры. В частности, внедряются системы электронного документооборота, разрабатываются системы электронных платежей и совершенствуется нормативно-правовая база, созданная в области электронной торговли. В то же время цифровая экономика, работающая на платформах информационных технологий, быстро развивается. Это обуславливает необходимость создания новых моделей таких платформ.

2 марта 2020 года Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев подписал указ «О государственной программе реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы в год науки, просвещения и цифровой экономики». Указом утверждена государственная программа «Год науки, просвещения и развития цифровой экономики».

Этот программный документ состоит из 284 пунктов и из 5 направлений, 18 171,4 млрд сум надо на его реализацию и планируется потратить средства в размере 10,301,5 млн. долларов. Из которых:

Государственный бюджет и государственные целевые фонды - 12 883,7 млрд. сумов;

средства исполнителей и благотворительных организаций - 1 426,5 млн. сумов;

кредиты коммерческих банков - 561,2 млрд. сумов;