

INCREASING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Nizomiddinov Jahonmirzo Zukhriddin oglu

Tashkent State Economic University, Faculty of Finance and Accounting, 3rd year student of group BR-54

ARTICLE INFO.

Ключевые слова:

Конкуренция, конкурентоспособность организации, конкурент, оценка конкурентоспособности организации, методы оценки конкурентоспособности организации, повышение конкурентоспособности.

Аннотация

Конкуренция является одной из главных сторон рыночной экономики, а так же выступает в качестве показателя эффективной деятельности организации. Именно конкуренция способствует раскрытию творческого потенциала личности, формирует условия для самореализации в экономике посредством создания новых конкурентоспособных товаров и услуг. На сегодняшний день показатель конкурентоспособности является одним из главных в оценке функционирования организации, об этом свидетельствуют законы, принятые в большинстве стран мира, а так же государственные органы, регулирующие вопросы конкуренции.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2022 LWAB.

Введение: Конкурентоспособность является многогранным показателем. Данный показатель отражает: уровень конкурентоспособности выпускаемой продукции, оказываемых услуг; ценовую политику организации; уровень квалификации персонала и обслуживание. Управлять конкурентоспособностью означает обеспечивать оптимальное соотношение перечисленных составляющих, а так же направлять основные усилия на решение таких задач:

- повышение качества товаров и услуг;
- снижение издержек производства;
- Повышение уровня обслуживания.

Вышеперечисленные составляющие конкурентоспособности являются многофакторными и могут рассматриваться как самостоятельные объекты управления. Таким образом, управление конкурентоспособностью организации представляет собой деятельность, направленную на формирование управленческих решений для противостояния различным внешним воздействиям, в соответствии с целями хозяйствующего субъекта.

По мнению большинства авторов, на сегодняшний день отсутствует единая методика управления конкурентоспособностью предприятия. В то же время, внешняя среда способствует появлению новых подходов и методов к управлению конкурентоспособностью, но при этом каждая из методик имеет ограничения в применении. Поэтому каждой организации необходимо

адаптировать методику к своим условиям.

На сегодняшний день, наиболее важным условием, обеспечивающим устойчивое развитие национальной экономики, является повышение конкурентоспособности функционирования предприятий. Однако, многие участники рынка испытывают значительное влияние, изменяющихся условий внешней экономической среды, не только на уровне развития национальной экономики, но и в части глобальных экономических процессов. В связи с этим, менеджмент организации должен обладать конкретным инструментарием, которым мог бы позволить оперативно принимать решения, позволяющие снизить негативные последствия, происходящих изменений. Вследствие вышеизложенного, большое значение приобретают вопросы обеспечения развития инструментов текущей и перспективной оценки уровня конкурентоспособности предприятия, и выработки соответствующих мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия.

Все это обуславливает необходимость рассмотрения проблем конкурентоспособности, с точки зрения, особенностей функционирования предприятия услуг, анализа и оценки его конкурентоспособности, степени достижения конкурентных преимуществ в перспективе.

Современный этап развития экономики характеризуется сочетанием сложных и противоречивых процессов глобализации бизнеса, ограниченности ресурсов, ускорения технологических нововведений, вследствие чего отмечается усиление конкуренции. Усложнились проблемы производства и распределения, к ним добавились заботы о возможных технологических прорывах, структурных изменениях экономики и рынка. Таким образом, в начале XXI столетия на первый план вышли стратегические проблемы.

Слово «конкуренция» произошло от латинского «concurrentia», что означает «столкновение, сбегание». Сущность конкуренции состоит в постоянном поиске, предложении наиболее лучших условий для покупателя и продавца. Для организации конкурентами являются, производители аналогичных продуктов и товаров – субститутов.

В экономической науке существует несколько теорий конкуренции:

1. Поведенческие;
2. Функциональные;
3. Структурные.

Представители поведенческих теорий такие как, Адам Смит, Карл Маркс, Майкл Портер и Альфред Маршалл, рассматривали конкуренцию, как «состязание, столкновение». Маршалл определял конкуренцию, как борьбу за редкие экономические блага. Большинство благ являются редкими в том смысле, что их количество меньше потенциальных потребностей общества. Таким образом, конкуренция является стремлением как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам. Если предложение выше спроса, то в таком случае возникает борьба между продавцами, которые вынуждены снижать цену, что, как правило, ведет к сокращению объемов производства и ресурсов, вкладываемых в данное производство. Если же спрос выше предложения, то возникает конкуренция между покупателями, тем самым происходит повышение цены и больше ресурсов привлекается для производства данного товара.

Рынок скептически принимает нововведения, но если у новатора получается их осуществить, то именно механизм конкуренции вытесняет с рынка производителей, использующих устаревшие технологии. Шумпетер определяет предпринимателя, как новатора, являющегося центральной фигурой научно – технического прогресса. Инновация (по Шумпетеру) – создание новой технологии, товара, нового рынка, источника или вида сырья, введение новых принципов организации деятельности фирмы.

Заключение.

Сохранение и повышение конкурентоспособности предприятия является важнейшей задачей не только организаций Томской области, но и всей страны. Именно конкурентоспособность является залогом успешного ведения финансово – хозяйственной деятельности организации. Верным является то, что конкурентоспособность, выпускаемой продукции или оказываемых услуг, положительно сказывается на общем уровне конкурентоспособности предприятия.

В ходе оценки конкурентоспособности представленных предприятий, мы пришли к выводу, что наиболее привлекательными являются конкурентные преимущества Регионального центра аттестации, контроля и диагностики. По произведенным расчетам было выявлено, что наиболее значимым параметром оценки является соответствие требованиям менеджмента качества данной деятельности. На втором месте, по значимости, расположился ассортимент предоставляемых услуг, как и для любой другой сферы услуг, данный критерий является основополагающим.

Любое новшество имеет риски внедрения в деятельность организации, риски которые могут повлиять на деятельность Регионального центра аттестации, контроля и диагностики, следующие:

- Неэффективность новой структуры;
- Появление новых конкурентов;
- Проблемы при поиске клиентов;
- Неудовлетворенность потребителей.

Представленные риски обладают невысокой вероятностью наступления, но при этом высокой оценкой влияния на деятельность и ее итоги для Регионального центра аттестации, контроля и диагностики. В ходе анализа нами были предложены меры для минимизации влияния представленных рисков.

Список использованной литературы.

1. Санникова И. А. Возможность применения корреляционнорегрессионного анализа для изучения экономических процессов / И. А. Санникова, Ю. И. Шулинина, Н. В. Потехина // Информационные технологии в науке, управлении, социальной сфере и медицине: сборник научных трудов III Международной научной конференции, 23-26 мая 2016 г., Томск: в 2 ч. — Томск: Изд-во ТПУ, 2016. — Ч. 2. — [С. 498-502].
2. И. А. Санникова; науч. рук. И. Е. Никулина // Проблемы управления рыночной экономикой: межрегиональный сборник научных трудов. — Томск: Изд-во ТПУ, 2016. — [С. 83-86].
3. Sannikova Inessa, Forecast Demand of Specialists with Higher Education for Russian Economy // Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth : proceedings of the 27th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), Milan, Italy, 4-5 May 2016. — Milan: IBIMA, 2016. — [P. 60-67].