



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства  
Направление подготовки 38.03.01 Экономика  
ООП/ОПОП Экономика предприятий и организаций

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА**

Тема работы
<i>Анализ конкурентоспособности промышленного предприятия (на примере ООО «Olmaliq Gishtchisi»)</i>

УДК: 339.137.2-047.43

Обучающийся

Группа	ФИО	Подпись	Дата
Д-3Б82	Ахмаджонова Вазира Бахтиёр кизи		

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ст.преподаватель ШИП	Кашапова Эльмира Рамисовна	-		

**КОНСУЛЬТАНТЫ ПО РАЗДЕЛАМ:**

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Ермушко Ж.А.	к.э.н., доцент		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ведущий эксперт	Клыкова Т.Ю.	-		

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Руководитель ООП/ОПОП, должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Ермушко Ж.А.	к.э.н., доцент		

Томск – 2023 г.

**Планируемые результаты освоения ООП/ОПОП 38.03.01 Экономика**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>
<b>Универсальные компетенции</b>	
УК(У)-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК(У)-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК(У)-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК(У)-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном и иностранном (-ых) языке
УК(У)-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК(У)-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК(У)-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК(У)-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК(У)-9	Способен проявлять предприимчивость в практической деятельности, в т.ч. в рамках разработки коммерчески перспективного продукта на основе научно-технической идеи
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
ОПК(У)-1	Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно – коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК(У)-2	Способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК(У)-3	Способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы
ОПК(У)-4	Способен находить организационно- управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность
<b>Профессиональные компетенции</b>	
ПК(У)-1	Способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

ПК(У)-2	Способен на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов
ПК(У)-3	Способен выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами
ПК(У)-4	Способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты
ПК(У)-5	Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т. д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений
ПК(У)-6	Способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей
ПК(У)-7	Способен используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет
ПК(У)-8	Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии
<b>Дополнительные профессиональные компетенции университета</b>	
ДПК(У)-1	Способен осуществлять документирование хозяйственных операций, проводить учет денежных средств, разрабатывать рабочий план счетов бухгалтерского учета организации и формировать на его основе бухгалтерские проводки



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства  
Направление подготовки 38.03.01 Экономика  
ООП/ОПОП Экономика предприятий и организаций

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель ООП/ОПОП  
Ермушко Ж.А.  
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

## ЗАДАНИЕ

### на выполнение выпускной квалификационной работы

Обучающийся:

Группа	ФИО
Д-3Б82	Ахмаджонова Вазира Бахтиёр кизи

Тема работы:

<i>Анализ конкурентоспособности промышленного предприятия (на примере ООО «Olmaliq Gishtchisi»)</i>	
<i>Утверждена приказом директора (дата, номер)</i>	

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:	13.06.2023
--	------------

### ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

<p><b>Исходные данные к работе</b> <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к функционированию (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.)</i></p>	<p>Объектом исследования выпускной квалификационной работы является ООО «Olmaliq Gishtchisi», который является промышленным предприятием по производству кирпича, а также других строительных материалов.</p>
<p><b>Перечень разделов пояснительной записки подлежащих исследованию, проектированию и разработке</b> <i>(аналитический обзор литературных источников с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе)</i></p>	<p>Рассмотреть теоретические основы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия, а именно раскрыть сущность конкуренции, конкурентоспособность предприятия. Дать определение методам оценки конкурентоспособности предприятия, особенностям конкурентоспособности предприятий промышленности. Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi»,</p>

	<p>рассмотреть её организационно-экономическую характеристику. Дать оценка её финансово-хозяйственной деятельности и конкурентоспособности.</p> <p>Сформировать конкурентную стратегию предприятия и разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности ООО «Olmaliq Gishtchisi»</p> <p>Оценить экономическую эффективность разработанных мероприятий.</p>
<p><b>Перечень графического материала</b> (с точным указанием обязательных чертежей)</p>	<p>Графики, рисунки и таблицы по деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi»</p>

<b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</b> (с указанием разделов)	
<b>Раздел</b>	<b>Консультант</b>
<b>Социальная ответственность</b>	<b>Ермушко Ж.А.</b>

<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	<b>01.03.2023</b>
---	-------------------

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
<b>Ст.преподаватель ШИП</b>	<b>Кашапова Эльмира Рамисовна</b>	-		

**Задание принял к исполнению обучающийся:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
<b>Д-ЗБ82</b>	<b>Ахмаджонова Вазира Бахтиёр кизи</b>		



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства  
Направление подготовки 38.03.01 Экономика  
ООП/ОПОП Экономика предприятий и организаций  
Уровень образования бакалавриат  
Период выполнения весенний семестр 2022/2023 учебного года

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН  
выполнения выпускной квалификационной работы**

Обучающийся:

<b>Группа</b>	<b>ФИО</b>
<b>Д-3Б82</b>	<b>Ахмаджонова Вазира Бахтиёр кизи</b>

Тема работы:

<i>Анализ конкурентоспособности промышленного предприятия (на примере ООО «Olmaliq Gishtchisi»)</i>
---

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:	13.06.2023
--	------------

Дата контроля	Название раздела (модуля) / вид работы (исследования)	Максимальный балл раздела (модуля)
03.04.2023	Теоретические основы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия	20 баллов
24.04.2023	Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi»	30 баллов
17.05.2023	Формирование конкурентной стратегии предприятия	30 баллов
29.05.2023	Корпоративная социальная ответственность	20 баллов
	<b>Итого</b>	<b>100 баллов</b>

**СОСТАВИЛ:**

**Руководитель ВКР**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ст.преподаватель ШИП	Кашапова Эльмира Рамисовна	-		

**СОГЛАСОВАНО:**

**Руководитель ООП/ОПОП**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Ермушко Ж.А.	к.э.н., доцент		

**Обучающийся**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
<b>Д-3Б82</b>	<b>Ахмаджонова Вазира Бахтиёр кизи</b>		

## Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит: 96 страниц, 5 рисунков, 17 таблиц, 29 использованных источников, 4 приложения.

Ключевые слова: конкуренция, производственное предприятие, рентабельность, SWOT-анализ, конкурентоспособность, преимущество, прибыль.

Цель работы заключается в анализе конкурентоспособности промышленного предприятия (на примере ООО «Olmaliq Gishtchisi») и разработке мероприятий по повышению ее конкурентоспособности.

В процессе проведения исследования применялись разнообразные методы, включающие в себя:

- Диалектический метод познания;
- Методы системно-функционального анализа;
- Методы сравнительного анализа;
- Метод научной абстракции;
- Экономико-статистический метод.

Все эти методы были использованы для получения максимально точной и полной информации, необходимой для достижения поставленных целей и задач.

Объектом работы является промышленное предприятие ООО «Olmaliq Gishtchisi».

Практическая значимость заключается в разработке и оценке, эффективности предложенных мероприятий, которые направлены на увеличение конкурентоспособности исследуемого предприятия.

## Содержание

Содержание .....	8
Введение .....	9
1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия .....	13
1.1 Сущность конкуренции, конкурентоспособность предприятия .....	13
1.2 Методы оценки конкурентоспособности предприятия .....	24
1.3 Особенности конкурентоспособности предприятий промышленности .....	32
2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi» .....	39
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Olmaliq Gishtchisi» .....	39
2.2 Оценка финансово-хозяйственной деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi» .....	43
2.3 Конкурентоспособность ООО «Olmaliq Gishtchisi» .....	48
3 Формирование конкурентной стратегии предприятия .....	60
3.1 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности ООО «Olmaliq Gishtchisi» .....	60
3.2 Оценка экономической эффективности разработанных мероприятий .....	66
4 Социальная ответственность .....	74
Заключение .....	80
Список использованных источников .....	85
Приложение А .....	88
Приложение Б .....	91
Приложение В .....	93
Приложение Г .....	96

## **Введение**

Актуальность темы исследования. В условиях ускоренной глобализации и растущих рисков внешнеэкономической деятельности, вопрос о конкурентоспособности промышленности становится ключевым для успешного развития предприятий. Каждый год бизнес-среда становится все более конкурентной и требовательной, и в этой связи компании вынуждены искать новые стратегии и направления для укрепления своих позиций на рынке.

При этом, необходимо понимать, что повышение конкурентоспособности включает в себя множество аспектов, начиная от улучшения качества продукции и сервиса, заканчивая оптимизацией бизнес-процессов и внедрением новых технологий. Важно не только следить за тенденциями рынка, но и активно развивать свой потенциал, стремиться к постоянному совершенствованию и обучению.

Таким образом, в условиях современной экономической ситуации, повышение конкурентоспособности является необходимым условием для успешного развития предприятий. Исторические примеры показывают, что компании, которые не в состоянии адаптироваться и изменяться, не могут выжить в долгосрочной перспективе. Поэтому, для того чтобы преуспеть, каждый бизнес должен постоянно анализировать свои сильные и слабые стороны, искать новые пути развития и быть готовым к изменениям.

Для достижения главной стратегической цели, а именно увеличения объема продаж продуктов и услуг, а также максимально возможного повышения прибыли, создание конкурентных преимуществ и улучшение конкурентоспособности предприятий являются ключевыми задачами. Этому вопросу проявляется большой интерес как ученых, так и практиков.

В научных исследованиях от местных и иностранных авторов уделяется особое внимание вопросам оценки конкурентоспособности предприятий и методам ее усовершенствования. Однако, не менее важно исследовать

причины снижения конкурентоспособности предприятий и разработать стратегии, направленные на сохранение и укрепление конкурентных преимуществ.

При этом, необходимо учитывать как внутренние, так и внешние факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий. Внутренние факторы могут включать в себя уровень технологий, квалификацию персонала, эффективность управления, а также финансовое состояние предприятия. Внешние факторы могут быть связаны с социально-экономической ситуацией в стране, конъюнктурой рынка, политическими и правовыми условиями.

Важно, что стратегии улучшения конкурентоспособности предприятий должны быть индивидуальными и адаптированными к специфике каждой отрасли и конкретного предприятия. Хотя изучение этих вопросов является важным, оценка конкурентоспособности в большинстве случаев подвержена субъективности и не может быть количественно измерена.

Конкуренция - это соперничество между компаниями, когда каждая действует независимо, и может исключать или ограничивать возможность других компаний влиять на условия продаж товаров на данном рынке, согласно статье 1 части 4 закона РФ «О защите конкуренции». Адаптация к конкуренции - одна из главных особенностей рыночного хозяйства, которая требует от всех предприятий экономики отраслей приспособиться. Фирма функционирует на рынке в контексте всех взаимосвязей и информационных потоков, которые связывают ее с другими участниками рынка в маркетинговой среде, которая представляет собой совокупность условий окружающей фирму среды.

Целью любой компании является, как правило, преодоление конкуренции. Однако, для достижения устойчивого успеха, необходимо усердно и постоянно работать, а также принимать грамотные решения, чтобы победа была результатом систематических и своевременных усилий.

Смягчение зависимости от внешнеэкономических колебаний может быть достигнуто за счет повышения конкурентоспособности металлургической промышленности. Это, в свою очередь, способствует трансформации положения РФ на внешнем рынке и является особенно важным.

Предметом работы является конкурентоспособность промышленного предприятия.

Объектом работы является промышленное предприятие ООО «Olmaliq Gishtchisi».

Цель исследования заключается в анализе конкурентоспособности промышленного предприятия (на примере ООО «Olmaliq Gishtchisi») и разработке мероприятий по повышению ее конкурентоспособности.

Из предмета, объекта и цели работы вытекает следующий ряд задач:

1. Пояснить, что означает конкуренция, а также конкурентоспособность предприятия;
2. Охарактеризовать способы, которые используются для оценки конкурентоспособности предприятий;
3. Определить, какие специфические особенности могут иметь предприятия промышленности с точки зрения конкурентоспособности;
4. Дать описание организационно-экономической структуры ООО «Olmaliq Gishtchisi»;
5. Произвести анализ финансовых и хозяйственных деятельностей ООО «Olmaliq Gishtchisi»;
6. Оценить конкурентоспособность ООО «Olmaliq Gishtchisi»;
7. Разработать и оценить, насколько эффективны мероприятия, которые направлены на увеличение конкурентоспособности ООО «Olmaliq Gishtchisi».

В процессе проведения исследования применялись разнообразные методы, включающие в себя:

- Диалектический метод познания;

- Методы системно-функционального анализа;
- Методы сравнительного анализа;
- Метод научной абстракции;
- Экономико-статистический метод.

Все эти методы были использованы для получения максимально точной и полной информации, необходимой для достижения поставленных целей и задач.

Тема конкурентоспособности предприятия была исследована многими учеными. Изучение проблем конкурентоспособности металлургической отрасли в России было проведено различными экспертами, включая П. Челенкову, П.С. Завьялову, Е.С. Русаку, И.В. Сергееву, С.Г. Светунькову и других. Несмотря на это, проблема, которая была поднята в работе, все еще требует решения, особенно с учетом отраслевых особенностей.

Исследование имеет практическое значение, так как разработанные рекомендации могут быть использованы другими компаниями отрасли для увеличения конкурентоспособности на мировом рынке. Для проведения исследования были использованы материалы из зарубежных периодических изданий, информация из международных научно-практических конференций, а также официальные данные о деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi».

Выпускная квалификационная работа включает в себя список использованных источников, выводы, три главы и введение.

# 1 Теоретические основы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия

## 1.1 Сущность конкуренции, конкурентоспособность предприятия

Вначале слово «конкуренция» имело только значение независимого соперничества между людьми и было заимствовано из обыденной речи в экономическую теорию. Первоначально в экономической литературе принят был поведенческий подход к определению конкуренции. Экономическая категория «конкуренция» имеет множество толкований, которые отражают различные аспекты, возникающие в процессе развития экономической мысли. Конкуренция рассматривается как внутреннее качество, присущее человеку по его природе, и естественным образом проявляется в экономическом поведении людей, которые стремятся к соперничеству.

С точки зрения этимологии, термин «конкуренция» был образован от латинского слова «concurrentia», которое означает «состязание» или «соперничество»<sup>1</sup>.

Среди основателей экономической теории А. Смит считает, что появление конкуренции приводит к усиленным попыткам продавцов управлять рынком в перспективе на долгий срок. Конкуренция подразумевает процесс адаптации к новым условиям и совершения действий для достижения нового уровня равновесия, чтобы конкуренты могли бороться за лучшее положение<sup>2</sup>.

Существует мнение Майкла Портера, согласно которому конкуренция может быть решающим фактором в успехе или неудаче компании. В ходе конкуренции можно увидеть, насколько эффективна компания в

---

<sup>1</sup> Дулисова И.Л. Конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара. - Текст: электронный //www.marketing.spb.ru/art451 (дата обращения 18.04.2023).

<sup>2</sup> А. Смит Исследования о природе и причинах богатства народов. М.: «Эскимо», 2019, 13 с.

осуществлении инновационных проектов, в развитии сильной корпоративной культуры или в реализации удачной стратегии<sup>3</sup>.

Конкурентоспособность предприятия - это сложный комплексный показатель, который предполагает оценку разных направлений его деятельности.

Ее первая характеристика - относительность, так как она требует сравнения предприятия с конкурентами по различным параметрам.

Существует еще одна ключевая характеристика, связанная с экономической ситуацией. Эта характеристика является переменной и определяется рядом внутренних и внешних факторов. Наконец, если компания умеет правильно управлять своими ресурсами и приспосабливаться к изменяющимся условиям окружающей среды, она может считаться эффективной<sup>4</sup>.

Рассмотренная концепция была изучена в экономической литературе, где был представлен комплексный подход к ее определению.

В своих исследованиях Е.А. Лысова подчеркивает, что конкурентоспособность предприятия означает «способность предприятия действовать на рынке, превзойти своих конкурентов, эффективно использовать свои внутренние ресурсы и оценивать внешние факторы, которые включают рыночные условия, особенности развития региона, характеристики отрасли, при этом обеспечивая достаточную прибыль для расширения своих возможностей»<sup>5</sup>.

Для анализа конкурентоспособности функционирующего субъекта следует учитывать ряд факторов, которые могут различаться для каждой компании, исходя из неотъемлемых условий. Американский экономист Майкл Портер, описывая свою концепцию, обозначает четыре ключевых аспекта,

---

<sup>3</sup> Портер М.Е. Конкурентное преимущество. М.: Альпина Бизнес Букс, 2020. 27 с.

<sup>4</sup> Мокронос А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокронос, И. Н. Маврина. Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2019. 280 с.

<sup>5</sup> Потапова И.И. Понятие конкурентоспособности предприятия и основные факторы ее обеспечения в строительной отрасли / И.И. Потапова, Б.В. Волков - Вестник МГСУ. 2020. Т.12. № 12 (110).

оказывающих влияние на достижение конкурентных преимуществ, они взаимодействуют между собой в постоянном режиме<sup>6</sup>.

Для анализа конкурентной среды компании, необходимо учитывать несколько важных аспектов. Эти аспекты могут быть разбиты на несколько групп, таких как стратегия, структура, и соперничество в хозяйствующих субъектах. Кроме того, также следует учитывать связанные, вспомогательные и смежные отрасли, параметры факторов производства и параметры спроса.

В связи с первой группой конкурентов, особенно управление и организацию предприятия при сильной конкуренции нужно рассматривать с учетом местных условий. Важно, чтобы конкретные местные условия были приняты во внимание при проведении анализа.

Конкуренция со стороны мощных местных конкурентов заставляет компанию повышать эффективность, улучшать качество продукции и сокращать цены, а также поиски новых решений для конкуренции. Если эти аспекты не будут учитываться, компания не сможет достичь успеха на рынке.

В эту группу можно включить следующие аспекты:

- Организационная структура конкурентов и их стратегии;
- Методы управления, используемые конкурентами;
- Каналы распространения продукции и услуг;
- Уровень качества продукции и его соответствие требованиям рынка;
- Ценовая политика конкурентов и их гибкость в изменении цен;
- Инновационные решения и технологии, используемые конкурентами.

Учет всех этих факторов позволяет компании разрабатывать эффективные стратегии для конкуренции на рынке.

В цехах и конвейерах корпораций коренные переменные зависят от взаимодействия смежных фирм, объединенных в единую технологическую цепочку и обеспечивающих дополнительные преимущества перед конкурентами. Кроме того, требуется обеспечивать цветущее развитие

---

<sup>6</sup> Портер М.Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Портер М.Е. Москва: Альпина Пабли., 2016. 540 с.

связанных фирм, которые не только своевременно поставляют необходимые компоненты, но и способствуют свободному обмену инновационными идеями. Тесные деловые связи с высококонкурентными и содействующими хозяйствующими субъектами является фундаментальным залогом для ускорения динамики новаторства в области производства.

Для гарантирования разных факторов производства необходимы определенные условия, которые играют важную роль в создании и укреплении конкурентных преимуществ компаний. Эти факторы производства были классифицированы М. Портером на две категории: исторические и развитые. Их наличие предопределяет успех бизнеса. Увеличение эффективности производства и развитие инноваций часто происходят за счет отсутствия исторических факторов, которые обычно способствуют развитию новых факторов.

Решающее значение имеют условия, связанные с запросом, такие как масштабы спроса, его структура, скорость изменения, насыщенность внутреннего рынка и потребности покупателей. Если компании могут получать более точную и раннюю информацию о потребностях потребителей в данной отрасли, чем их конкуренты, то у них есть конкурентное преимущество.

Существует два дополнительных фактора, которые сильно влияют на конкурентоспособность компаний, работающих в отраслях, помимо четырех основных факторов. Эти факторы - это события, которые невозможно предсказать и контролировать, например, научные открытия или войны, а также государственная политика<sup>7</sup>.

Большое количество теоретиков и практиков, обладающих глубокими знаниями в области конкурентоспособности предприятий, высоко ценят теорию М. Портера. Однако, следует понимать, что данная теория не является единственной возможной и имеет свои недостатки. Главным минусом М.

---

<sup>7</sup> Олькова М. А. Конкурентоспособность как объект управления / М.А. Олькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2018. №8.

Портера является то, что он исследует конкурентоспособность продукции предприятия, а не само предприятие, что является ее слабым местом<sup>8</sup>.

С точки зрения многих экспертов, продуктивность деятельности экономического субъекта зависит не только от качества его продукции, но и от эффективности управления компанией, принципов бизнеса, выбранных для ее функционирования, а также от способности эффективно конкурировать на рынке и расширять свою долю на нем<sup>9</sup>.

В системе рыночной экономики конкуренция и конкурентная борьба являются главными категориями. Они гарантируют следующее:

- Лучшее согласование графиков производства товаров или услуг.
- Производители ориентируются на потребности потенциальных покупателей.
- Оптимальное использование различных ресурсов при производстве конечной продукции или предоставлении услуг.

Речь идет о распределении прибыли между производителями товаров на основе их коммерческой деятельности и финансового положения.

Трех фундаментальных категорий для функционирования рынка мы знаем из общей экономической теории:

- Цена товара/услуги
- Взаимосвязь между спросом и предложением на рынке, регулирующая конъюнктуру рынка
- Конкуренция

Конкуренция - это возможность выбора поставщика или покупателя, когда вы делаете покупку или продажу товара. Это же конкуренция у фирм - борьба за привлечение покупателей своих продуктов и услуг.

При рассмотрении понятия «конкуренция» в экономике можно использовать три подхода для его определения:

---

<sup>8</sup> Портер М.Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Портер М.Е. Москва: Альпина Пабли., 2021. 540 с.

<sup>9</sup> Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / М. И. Плотницкий [и др.]; под общ. ред. М. И. Плотницкого. Минск: Современная школа, 2019. 325 с.

- Поведенческий. Этот подход фокусируется на том, как участники рынка ведут себя и как их действия влияют на цены и объемы производства.

- Структурный. С помощью структурного подхода определяют, какова структура рынка, количество участников и их доли на рынке, а также какое влияние это оказывает на цены и конкуренцию.

- Функциональный. Он включает в себя анализ, как функционирует рынок, и определяет, как участники взаимодействуют между собой, используют свои ресурсы и достигают своих целей.

Использование данных подходов позволяет получить более полное и глубокое понимание конкуренции в экономике<sup>10</sup>.

Во времена, когда начали изучать конкуренцию, первоначальным методом был поведенческий подход, который связывали с идеей «честной борьбы продавцов за лучшие условия продаж товаров» Адамом Смитом<sup>11</sup>.

Есть такая теория, которая базируется на поведенческом подходе и утверждает, что в конкуренции стороны борются за доступ к экономическим благам, которые являются редкими. Американский экономист, П. Хайне, считает, что конкуренция направлена на то, чтобы достичь максимального удовлетворения критериев доступа к этим благам. С другой стороны, структурный подход утверждает, что характер конкуренции зависит от условий на рынке и его типа. Главными характеристиками конкуренции являются наличие множества независимых продавцов и покупателей на рынке, а также свобода для них входить и выходить из него.

Изучение роли конкуренции в экономическом развитии становится основной задачей функционального подхода в экономике.

Понятие конкурентоспособности, несмотря на его важность, не получило единой трактовки в экономической науке и неоднозначно оценивается и формируется. Однако, в целом, конкурентоспособность связана с возможностью успешной конкуренции на рынке товаров и услуг.

---

<sup>10</sup> Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. 2019. 584 с.

<sup>11</sup> А. Смит Исследования о природе и причинах богатства народов. М.: «Эскимо», 2019, 13 с.

Относительно высокий уровень дохода и заработной платы могут обеспечить отрасли, компании, регионы и страны, которые обладают конкурентоспособностью. Авторы предложили различные определения понятия «конкурентоспособность», которые представлены в таблице 1, согласно ОЭСР<sup>12</sup>.

Таблица 1 – Примеры определения термина «конкурентоспособность»

Автор	Определение
М.Портер <sup>13</sup>	. Для преуспевания на рынке необходимо обладать конкурентоспособностью - способностью аналогичным товарам, услугам и субъектам на рынке. Это касается и товаров, и услуг, и самих участников рыночных отношений. Только так можно быть успешным и выгодным на рынке.
Р.А.Фатхутдинов <sup>14</sup>	В настоящее время рынок насыщен различными объектами, каждый из которых обладает индивидуальными характеристиками, соответствующими особым потребностям потребителя. Существенной особенностью этих объектов является способность удовлетворять потребности своих пользователей в отличие от аналогичных товаров, доступных на рынке.
Бухалков М. <sup>15</sup>	Обладание способностью сохранять долю на рынке может помочь компании увеличить ее долю на рынке.
Ковалев А.И., Войленко В.В. <sup>16</sup>	Достаточность склада компании для производства и изменения объема выпускаемой продукции отражает его интегральную конкурентоспособность на рынке.
Козицын А.А. <sup>17</sup>	Опыт и квалификация компании проявляются в высоком качестве ее продукции и услуг, что позволяет ей занимать устойчивое положение на рынке и привлекать и удерживать клиентов в большей степени, чем другие компании-конкуренты.

За последние десятилетия стало очевидным, как важна конкуренция для развития производства и ее влияние на национальную экономику и мировую экономику.

<sup>12</sup> Котлер Ф. Маркетинговая деятельность фирмы. М.: Росинтер, 2022. 450 с.

<sup>13</sup> Портер М.Е. Конкурентное преимущество. М.: Альпина Бизнес Букс, 2020. 27 с.

<sup>14</sup> Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА - М, 2021. 510 с.

<sup>15</sup> Бухалков М. Маркетинг: учебник. М: Маркетинг, 2019. 430 с.

<sup>16</sup> Ковалев А. И., Войленко В. В. Маркетинговый анализ. М.: Центр экономики и маркетинга, 2020. 209 с.

<sup>17</sup> Козицын А.А. Конкурентоспособность и экономическая безопасность - приоритетные задачи металлургического комплекса региона и его лидеров в условиях нестабильности / А.А. Козицын, М.В. Дудинская // Экономика региона. 2021. № 3(43).

Как правило, конкурентоспособность фирмы определяется как превосходство ее товаров или услуг перед конкурирующими компаниями. Авторы опираются на понятие «конкуренция», которую можно описать как экономическое соревнование. Однако, чтобы оценить конкурентоспособность организации, необходимо сравнивать ее с другими компаниями, производящими схожие товары или услуги в аналогичной отрасли или во всем мире. Таким образом, конкурентоспособность всегда является относительным понятием. Некоторые компании могут считаться конкурентоспособными на региональном уровне, но не обладать таким же статусом на мировом рынке в своей отрасли<sup>18</sup>.

Для достижения высокой конкурентоспособности предприятия важно обладать тремя ключевыми признаками, которые включают:

- Удовлетворенность потребителей, благодаря чему они готовы повторно покупать продукцию данного предприятия;
- Положительное мнение со стороны общества, акционеров и партнеров, что подразумевает отсутствие претензий к организации;
- Гордость работников за свою принадлежность к данной компании, а также уважение и желание внешних людей стать ее сотрудником.

Для достижения этой цели необходимо учитывать как внешние, так и внутренние факторы, включающие в себя:

- Экономическое окружение;
- Конкурентную стратегию организации;
- Уровень управления и контроля внутри фирмы;
- Удачное сочетание целей и задач предприятия.

Влияние на конкурентоспособность организации:

- Внешние факторы. Они оказывают воздействие на работу организации, хотя в меньшей степени, чем внутренние.

---

<sup>18</sup> Ляндау Ю. В., Пономарев М.А. Ресторанный бизнес: инновации и менеджмент. М.: Триада, 2018. 87 с.

- Внутренние факторы. Их зависимость от руководства организации практически полная. Это значит, что успех организации в большей степени определяется ее управлением, чем внешними обстоятельствами<sup>19</sup>.

Для максимизации привлекательности продукции по цене и качеству необходимо учитывать внешние факторы, которые состоят из:

- Экономических мер, таких как налоговая, финансово-кредитная, инвестиционная политика и другие государственные воздействия, оказывающие влияние на бизнес.

- Административных мер, включая разработку и совершенствование законодательных актов, правовую защиту потребителей и другие меры, предпринимаемые государством.

- Основных характеристик рынка, включая емкость рынка, тип конкуренции и возможности для развития, что способствует росту бизнеса.

Формирование социально-экономической обстановки в стране зависит не только от деятельности общественных и негосударственных институтов, политических партий, движений и блоков, но и от внутренних факторов. Для обеспечения конкурентоспособности предприятия необходимо учитывать множество факторов. Ниже приведены некоторые из них:

- Технологический уровень производства
- Квалификация и мотивация персонала
- Эффективность бизнес-процессов
- Финансовая устойчивость
- Репутация бренда
- Размеры рынка и доля предприятия на нем
- Уровень конкуренции на рынке
- Политическая и экономическая стабильность в стране
- Налоговый и правовой режим

---

<sup>19</sup> Лысенко М.В. Конкурентоспособность как условие развития предприятия [Электронный ресурс] / М.В. Лысенко. - Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/pdf/0253.pdf> (дата обращения 11.04.2023).

Для превышения конкурентных условий важно обратить внимание на разные факторы. К ним относятся:

- Способность маркетинговых служб;
- Научно-технический потенциал;
- Производственно-технологический потенциал;
- Финансово-экономический потенциал;
- Кадровый потенциал, включая структуру и профессиональный состав.

Однако, чтобы достичь конкурентоспособности, необходимо уделить внимание и другим аспектам, включая:

- Результативность рекламы и стимулирования сбыта;
- Уровень материально-технического обеспечения;
- Менеджмент предприятия и его структуру.

В достижении конкурентоспособности организации ключевую роль играет управление и подготовленность максимально эффективных менеджеров, которые умеют успешно проводить деловые операции в условиях быстро изменяющегося рынка. Важно понимать, что наряду с созданием современных технологических условий производства, внутренние факторы, включая уровень подготовки и компетентность менеджеров, являются главными составляющими успеха организации на рынке.

Таблица 2 содержит подробный анализ показателей, которые влияют на конкурентоспособность предприятия. Конкурентоспособность определяется рядом критериев, которые определяют уровень конкурентоспособности товара на рынке. Рассмотрим некоторые из этих показателей:

1. Уровень цен на товар;
2. Качество товара;
3. Удобство использования товара;
4. Наличие дополнительных услуг;
5. Репутация предприятия на рынке;
6. Продуктивность труда на предприятии;
7. Инновационность производства;

## 8. Разнообразие товарной линейки.

Учитывая все вышеперечисленные показатели, можно сделать вывод о конкурентоспособности предприятия и его продукции на рынке.

Таблица 2 – Показатели конкурентоспособности предприятия<sup>20</sup>

Показатели	Описание
Финансовые	В финансовой отчетности компании отражено множество финансовых показателей, которые оценивают различные аспекты ее деятельности, такие как структура активов, прибыльность, инвестиционная привлекательность, доходность инвестиций, себестоимость и многое другое. Такие показатели являются лишь отражением некоторых финансовых аспектов компании и не могут полностью отображать ее финансовую деятельность в целом.
Производственные	Важные показатели, характеризующие производственную деятельность, включают в себя несколько аспектов. Среди них стоит отметить общую производительность, количество сотрудников, эффективность использования техники, долговечность её работы и контроль качества выпускаемой продукции. Эти критерии помогают оценить работу предприятия в целом и выявить возможные проблемы..
Организационно управленческие	Организационные и управленческие аспекты содержат несколько важных составляющих. На первом месте уровень производительности всех работников, после него следует соотношение инженерно-технического персонала и других специалистов к общему числу сотрудников. Эффективность и скорость реагирования управления на изменения внешней среды - еще один ключевой момент. Ясное разделение ответственностей между сотрудниками - также необходимо для благоприятной работы управления. От типа организационной структуры управления тоже будет зависеть успех деятельности организации.
Маркетинговые	Маркетинг имеет множество показателей, которые можно разделить на несколько классов: эффективность рекламы, доля рынка, престиж бренда, качество обслуживания, клиентская база, репутация фирмы, стратегии, ценовая политика и уровень цен.
Технологические	Различные критерии можно применять для измерения производственной эффективности, например, введение новых товаров, использование стандартизированных методов, а также затраты на исследования и разработки.
Кадровый состав	Два основных показателя, которые необходимо учитывать для анализа состава персонала - уровень подготовки сбытового персонала в технической области и квалификация остального персонала.

<sup>20</sup> Олькова М. А. Конкурентоспособность как объект управления / М.А. Олькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2019. №8.

В процессе оценки конкурентоспособности товаров на разных этапах цикла их жизни было выделено две основные категории показателей. Одной из групп принадлежат данные, связанные со стоимостью, а именно: норма прибыли, себестоимость и структура активов. Вторая группа включает в себя качественные показатели, как, например, известность бренда, уровень обслуживания и реклама.

Важно отметить, что существует множество таких показателей, поэтому для определения конкурентоспособности предприятия необходимо провести их сопоставление. Этот процесс играет определяющую роль в оценке конкурентоспособности товаров<sup>21</sup>.

## **1.2 Методы оценки конкурентоспособности предприятия**

Для успешного выживания и достижения целей в современном обществе, где преобладает избыток производства и сильное влияние потребителей, необходимо, чтобы все предприятия детально изучили свои и товары конкурентов. Оценка конкурентоспособности играет ключевую роль в управлении предприятием, так как позволяет принимать решения о стратегии развития. Хотя это может быть трудной и многоаспектной задачей, она важна, чтобы предприятия определили и осуществили меры по улучшению своей конкурентоспособности.

Для того, чтобы предприятие было конкурентоспособным, необходимо способность производить продукцию, которая может соперничать с другими предприятиями в отрасли. Также важно иметь преимущества перед конкурентами как внутри страны, так и за ее границами. Оценить уровень конкурентоспособности возможно только при сравнении с другими предприятиями в той же отрасли, поэтому выбор объектов для сравнения имеет решающее значение. Для определения конкурентоспособности

---

<sup>21</sup> Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновация. Конкурентоспособность. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2020, 48 с.

предприятия необходимо выбрать другие компании, которые имеют сопоставимые показатели с целевым предприятием. Анализ должен включать характеристики товаров, предназначенных для одинаковых сегментов рынка и удовлетворения аналогичных потребностей. Также следует учитывать в какой фазе жизненного цикла находится предприятие. Конкурентоспособность зависит от умения производить товары и продавать их по цене и качеству, не хуже, чем у других компаний на рынке. Этому способствуют три основных фактора.

Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо уделять особое внимание ресурсам, которые могут оказать влияние на это, таким как капиталоотдача, производительность труда и общая эффективность производства. Необходимо учесть множество факторов, включающих уровень и динамику цен на ресурсы и продукцию, затраты на единицу продукции, а также экономическую политику государства и ее влияние на конкурентов на рынке. Для достижения главной цели нужно разработать систематическую стратегию, затрагивающую научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу, введение капитала, маркетинг, сборище производственного коллектива, профессиональную подготовку и переподготовку персонала и другие первостепенные моменты на крае предприятия.

Рост ресурсной компоненты конкурентоспособности может быть достигнут благодаря правильной организации управления, использованию технологических и финансовых возможностей предприятия.

Глобализация экономики существенно влияет на успех малых и средних предприятий, многие из которых не могут контролировать ряд факторов, таких как надежность банковской системы, уровень инфляции, банковский процент, валютный курс и внешнеторговый тариф. Поэтому, экономическая

политика государства становится все более важной в поддержке конкурентоспособности предприятий<sup>22</sup>.

Для достижения конкурентоспособности необходимо сначала определить цель исследования. В случае, если нужно выявить место товара на рынке, можно провести сравнение с конкурентами по основным характеристикам. Если же необходимо оценить перспективы продаж на рынке, нужно провести анализ на основе информации о динамике рынка, конкурентах, изменении потребительского спроса, будущих изменениях законодательства и прочих факторах.

Достижение поставленных целей требует выполнения ряда задач, включая оценку и прогнозирование конкурентоспособности предприятия. Важно также проанализировать различные факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности. И, наконец, требуется разработать и применить меры, которые помогут достичь необходимого уровня конкурентоспособности предприятия.

Для достижения цели и решения указанных задач необходимо определить соответствующие методы, которые обеспечат оценку и поддержку конкурентоспособности компании.

Для достижения определенной цели или решения конкретной задачи используется организованный набор действий и шагов, называемый методом. Существует множество различных способов оценки конкурентоспособности компаний в экономической литературе. Они могут быть классифицированы и взаимосвязаны, а также использовать несколько подходов одновременно. Наиболее распространенные методы оценки конкурентоспособности могут быть разделены на следующие категории:

Метод, основанный на сравнении преимуществ.

- Возможен метод равновесия для предприятия и отрасли;

---

<sup>22</sup> Потапова И.И. Понятие конкурентоспособности предприятия и основные факторы ее обеспечения в строительной отрасли / И.И. Потапова, Б.В. Волков - Вестник МГСУ. 2022. Т.12. № 12 (110).

- Можно использовать метод эффективной конкуренции, основанный на структурно-функциональном подходе.

Более того, существуют и другие методы, позволяющие оценить конкурентоспособность компании, которые не обсуждаются в данной классификации.

Представленная в Таблице 3 информация подробно описывает эти наиболее распространенные методы для оценки конкурентоспособности предприятия.

Таблица 3 - Методы оценки конкурентоспособности<sup>23</sup>

Метод	Сущность метода
SWOT-анализ	Для эффективного функционирования компании необходимо провести тщательный SWOT-анализ, который учитывает все сильные и слабые стороны внутренней деятельности, оказывающие влияние на ее работоспособность. Эти факторы способны как помочь, так и создать препятствия для ее развития. Кроме того, SWOT-анализ также выявляет возможности и угрозы, исходящие из внешней среды, которые могут благоприятствовать или препятствовать развитию и функционированию компании. Это очень важный инструмент, который поможет организации достичь поставленных целей и добиться успеха.
PEST-анализ	Путем анализа факторов политической, экономической, социальной и технологической среды, можно установить внешние силы, воздействующие на хозяйствующий субъект, а также его потенциал для будущего развития. Метод PEST основан на системе «организация-фактор», что помогает определить необходимость корректировки направления развития.
Матрица БКГ	Анализ конкурентоспособности продукции компании является основой метода БКГ матрицы. Этот анализ учитывает жизненный цикл продукции и базируется на маркетинговой оценке деятельности предприятия и производимой им продукции.
Модель пяти сил Портера	Для того, чтобы выявить текущее состояние конкурентной среды в отрасли и понять, как сократить убыточность, проводится оценка пяти конкурентных сил в рамках модели Портера. Это позволяет оценить уровень конкуренции внутри отрасли, возможность появления новых конкурентов, сильные позиции поставщиков и покупателей, а также угрозы со стороны продуктов-заменителей. В результате этой оценки можно получить информацию о том, как каждая из этих сил воздействует на работу организации в конкретный момент времени.

<sup>23</sup> Сысоева Е. Типология конкурентных стратегий предприятия / Е. Сысоева // Предпринимательство. 2021. № 2.

### Продолжение таблицы 3

Метод оценки основанный на теории совершенной конкуренции	По одной теории, наиболее успешные компании имеют максимально организованные подразделения и службы. Результативность работы каждого подразделения зависит не только от доступных ресурсов, но и от того, как эффективно они были использованы. Оценивая способности компании достичь конкурентных преимуществ, эксперты учитывают не только имеющиеся ресурсы, но и результативность их использования, выявленную в процессе предварительного анализа. Таким образом, чтобы добиться успеха, компании необходимо максимально оптимизировать свои службы и использовать ресурсы наиболее
---	--

Существует множество методов, призванных управлять и оценивать конкурентоспособность компаний. Каждый из них обладает своими преимуществами и недостатками, чей эффект зависит от рыночной ситуации, в которой функционирует компания. Далее мы более подробно ознакомимся с несколькими методами оценки конкурентоспособности:

1. SWOT-анализ. Данный метод направлен на выявление сильных и слабых сторон компании, анализируя внутреннюю среду и возможности-угрозы, связанные с окружающей средой..

2. Метод анализа конкурентной среды. Он позволяет определить позицию компании на рынке и оценить конкурентное преимущество.

3. Методы сравнительного анализа. С помощью этих методов можно сравнить конкурентоспособность компании с другими игроками на рынке и определить ее сильные и слабые стороны.

4. Методы анализа рыночной доли. Они позволяют оценить долю компании на рынке и ее конкурентоспособность.

5. Методы анализа потребителей. Они помогают определить требования и предпочтения потребителей, что может повлиять на конкурентоспособность компании.

Для полного представления о ситуации на рынке проводится SWOT-анализ, включающий в себя четыре основных направления:

- Оценка преимуществ фирмы (Strengths);

- Определение недостатков фирмы (Weaknesses);
- Анализ факторов внешней среды, которые могут способствовать успеху предприятия (Opportunities);
- Выявление факторов, которые могут негативно повлиять на позиции организации на рынке (Threats).

SWOT-анализ позволяет выбрать наиболее эффективное направление развития, использовать возможности, предоставленные рынком, избежать угроз и выделить сильные и слабые стороны предприятия для более успешного функционирования организации.

Предприятие может отличаться от конкурентов благодаря следующим достижениям и возможностям:

- Известный бренд, который привлекает внимание покупателей;
- Лояльность потребителей, которые предпочитают продукцию этой фирмы;
- Высокое качество продукта, которое обеспечивает высокий спрос;
- Квалифицированный персонал, который обладает опытом и профессионализмом;
- Опыт и использование передовых технологий, которые позволяют улучшить качество продукта;
- Доступность ресурсов, которые обеспечивают стабильный процесс производства.

Однако, на фоне конкурентов, фирма может иметь слабые стороны:

- Ограниченный выбор продукции, что ограничивает спрос;
- Недостаточная популярность марки, что автоматически затрудняет популяризацию товара на рынке;
- Обслуживание клиентов низкого качества, что приводит к ухудшению репутации компании;
- Нет финансовой стабильности, что препятствует росту и развитию бизнеса.

Однако, у предприятия есть шанс использовать благоприятные условия для достижения превосходства на рынке, например:

- Рост спроса на продукцию, что позволяет увеличить объемы производства и продаж;
- Наличие свободных ресурсов, которые можно использовать для улучшения качества продукции;
- Смена вкусов потребителей, что может привести к увеличению спроса на определенный вид продукции;
- Появление новых технологий, которые могут помочь улучшить качество и снизить стоимость производства.

Если присмотреться к рынку, то можно найти там благоприятные и неблагоприятные факторы, влияющие на предприятия. Среди благоприятных особенно выделяются:

- Резкий рост доходов;
- Увеличение потребительского спроса;
- Повышение состояния конкурентов.

Вместе с тем, если на рынке возникают угрозы, то ситуация на предприятии может резко ухудшиться. Считаются угрозами следующие факторы:

- Возникновение новых игроков на рынке;
- Укрепление позиций конкурентов;
- Резкое падение потребительского спроса;
- Изменение поведения покупателей;
- Возможный рост налогов на деятельность предприятий;
- Повышение требований к лицензированию деловой деятельности.

Определение конкурентной позиции компании весьма важный этап ее развития, для которого существует определенный набор действий. Ключевые этапы процесса оценки конкурентоспособности предприятия включают в себя:

1. Отрасль: какие факторы помогут ей добиться успеха

2. Определение основных ключевых факторов для развития отрасли
3. Анализ рынка и конкурентной среды для выявления ключевых факторов успеха
4. Исследование тенденций и изменений отрасли, которые могут повлиять на ключевые факторы успеха
5. Оценка вклада каждого ключевого фактора для достижения успеха отрасли
6. Разработка стратегии на основе выстроенных ключевых факторов успеха
7. Анализ эффективности стратегии и корректировка ключевых факторов при необходимости.
8. Определение удельного веса каждого ключевого фактора успеха.

Ключевые факторы успеха, или КФУ, являются важными действиями по реализации стратегии, которые обеспечивают конкурентоспособность предприятия в соответствующей отрасли. КФУ представляют собой сильные стороны предприятия и могут быть связаны с технологией, маркетингом или менеджментом.

Важно отметить, что ключевые факторы успеха уникальны для каждой отрасли и не могут быть общими для всех. Поэтому для оценки конкурентной позиции предприятия необходимо учитывать специфику отрасли и ее особенности.

Чтобы достичь успеха на рынке промышленности, необходимо учитывать ряд факторов<sup>24</sup>. При оценке предприятий и их конкурентов используется десятибалльная шкала, где 10 - обозначает очевидное преимущество, а 1 - полное отсутствие преимущества. Вес каждого из следующих факторов составляет определенную долю в общей оценке:

- Расположение - 30%;
- Качество товаров - 20%;

---

<sup>24</sup> Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование. Пер. с англ. В. Шагоян / Г. Хулей, Д. Сондерс, Н. Пирси. - Днепропетровск: Бизнес-букс, 2020. 360 с.

- Уровень цен - 20%;
- Ассортимент продукции - 10%;
- Рекламная деятельность - 10%;
- Доверие и имидж компании - 5%;
- Уровень обслуживания - 5%.

После оценки каждого фактора, расчеты заносятся в таблицу, и на основе взвешенной общей оценки определяется место предприятия в сравнении с конкурентами.

Вопрос, который был рассмотрен, демонстрирует широкий спектр методов, используемых для оценки конкурентоспособности. Это дает возможность выбрать наиболее подходящий и эффективный метод для каждого предприятия, в зависимости от цели исследования и конкретного субъекта.

Текущие данные дают возможность управленцам требуемых государственных объектов разрабатывать действия для повышения эффективности в разных сферах работы объекта. Ниже приведены примеры таких действий:

- Установление отличий от соперников;
- Проанализирование условий рынка;
- Проведение изучения потребностей потребителей;
- Изучение модных тенденций в секторе;
- Осуществление анализа финансовых показателей.

### **1.3 Особенности конкурентоспособности предприятий промышленности**

Для удовлетворения потребностей общества и получения прибыли, создаются самостоятельные хозяйствующие субъекты, которые называются предприятиями и создаются в соответствии со стандартами законодательства.

В промышленности особенно заметно, что предприятия должны удовлетворять потребности населения в товарах и услугах, используя максимально рыночные и финансовые механизмы. Важно обеспечить самостоятельность в торгово-производственном процессе, а также учитывать спрос потребителей.

В условиях высокой конкуренции на рынке товаров народного потребления предприятия промышленности должны постоянно совершенствоваться и обновляться, а также разрабатывать соответствующую стратегию и тактику управления, чтобы обеспечить конкурентоспособность.

Для этого необходимо оценить конкуренцию в сфере промышленных предприятий и управлять внутренними и внешними параметрами деятельности, чтобы повысить уровень конкурентоспособности.<sup>25</sup>

Успешное управление предприятиями промышленности играет важную роль в их конкурентоспособности, что обусловлено специфичностью услуг, предоставляемых в этой отрасли.

Целый ряд конкурентных преимуществ может помочь предприятиям привлечь внимание целевых потребителей и повысить спрос на их продукцию.

Конкурентоспособность предприятий промышленности подвержена воздействию многих факторов, как внутренних, так и внешних. Внешние факторы, которые оказывают влияние на конкурентоспособность предприятий, включают:

- Экономические условия рынка, которые оказывают непосредственное воздействие на доходность предприятий;
- Стратегии конкурентов, которые могут изменяться и приводить к сильным колебаниям на рынке;
- Политические риски, которые могут негативно влиять на деловую конъюнктуру;

---

<sup>25</sup> Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование. Пер. с англ. В. Шагоян / Г. Хулей, Д. Сондерс, Н. Пирси. - Днепропетровск: Бизнес-букс, 2020. 360 с.

- Изменения потребительских предпочтений, которые могут усложнить позиционирование предприятий на рынке;

- Технологические инновации, которые влияют на скорость и эффективность производственных процессов на предприятиях;

- При анализе возможности открытия предприятия на территории следует учитывать:

- Интеллектуальный потенциал и бизнес-климат этого места.

- Наличие кадрового ресурса и степень развития инновационной активности.

- Стабильность в общественно-политической сфере и качество жизни местного населения.

- Оценку рейтинга региона и его инвестиционной привлекательности.

- Уровень развития рыночной инфраструктуры.

- Динамичность и относительное равновесие структуры экономики.

- Качество партнерства между властью и бизнес-сообществом.

- Развитие санаторно-курортной сферы.

- Развитие центров культуры и досуга на местности.

Эти факторы являются ключевыми для определения уровня развития региона и его потенциала для привлечения инвестиций. Нужно уделить должное внимание развитию инфраструктуры и экономики, а также укреплению партнерства между властью и бизнесом.

Кроме того, необходимо развивать санаторно-курортную сферу и центры культуры и досуга для улучшения качества жизни и привлечения туристов.<sup>26</sup>

Конкурентоспособность промышленных предприятий зависит от многих внутренних факторов, которые можно перечислить в следующем порядке:

---

<sup>26</sup> Шабалина Л.В., Апанасенко А.В. Оценка конкурентоспособности некоторых стран СНГ // Модернизация российской экономики. Прогнозы и реальность: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2021.

-Возможность выбора из разнообразных наименований и наличие широкого ассортимента товаров - это то, что заставляет покупателей, особенно оптовиков, хотеть приобретать товары в одном месте. Это делает предложение более привлекательным и удобным для клиентов, которые любят иметь варианты и не ограничиваться одним предложением.

- Время работы предприятия: компании, которые занимаются продажей товаров, пользующихся популярностью у населения, часто работают до 18:00. Это особенно удобно для оптовиков, которые предпочитают приезжать в свободное время и не сталкиваться с проблемами передвижения в городе. Поэтому, компании, которые ценят время своих покупателей, чаще выбирают для сотрудничества.

- Площадь торгового помещения: наличие большой торговой площади позволяет продемонстрировать большое количество товаров, которые имеют товарный вид и не выглядят мятными, что в свою очередь привлекает покупателей.

- Увеличение потока новых покупателей и увеличение спроса у текущих покупателей являются основными выгодами, которые могут принести маркетинговые затраты предприятию промышленности;

- Определение уровня дохода персонала работы является важным фактором для предприятия промышленности, и это в значительной степени зависит от размера заработной платы рабочих.<sup>27</sup>

Если говорить об оценке конкурентоспособности предприятий промышленного сектора, то есть некоторые принципиальные инструменты, которые могут применяться.

В методиках управления конкурентоспособностью предприятий промышленности предлагается множество вариантов, таких как SNW-анализ, PEST-анализ, SWOT-анализ, сравнительный анализ конкурентов, модель 5 сил

---

<sup>27</sup> Шавкун Г.А., Костенко Ю.В. Оценка инновационной составляющей конкурентоспособности Российской Федерации //Сборник материалов V Международной научно-практической конференции «Инновационные перспективы Донбасса», 21-23 мая. Т.6: Актуальные проблемы инновационного развития экономики Донбасса. - Донецк: ДОННТУ, 2019. 318 с.

Портера, метод ключевых факторов успеха (КФУ) и многоугольник конкурентоспособности. Необходимость такого управления заключается в возможности создания новых разработок для развития бизнеса, адаптации к требованиям покупателей и использовании инновационных информационных технологий. Многие владельцы предприятий, занимающихся продажей товаров народного потребления, приступают к поиску уникальных особенностей, чтобы придать своему бизнесу характер бренда и привлечь новых клиентов.

Для успешной карьеры нужно внедрять индивидуальные качества, для этого предприниматели должны заниматься поиском. В каждом бизнесе есть свой неповторимый метод создания конкурентной стратегии, который определяется различными факторами. Именно благодаря этому, каждое предприятие выделяется своей уникальностью при создании профильной стратегии<sup>28</sup>.

Разработка стратегии является необходимым условием для обеспечения конкурентоспособности предприятия в промышленности. Важно определить позиционирование компании в конкурентной среде и обеспечить понимание маркетинговых целей всеми сотрудниками.

Максимально эффективный путь работы с клиентами - использование маркетинга взаимодействия. Составление конкурентной стратегии для промышленной компании требует проведения маркетингового анализа с ориентацией на потребности потребителя и включением управления подсистемами для решения задач. Управление производством и продажами у глобальных игроков можно определить как маркетинговую деятельность, чтобы удовлетворить потребности потребителей и достичь высоких доходов.

Система управления, эффективно работающая в этом случае, называется маркетингом<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Ляндау Ю. В., Пономарев М.А. Ресторанный бизнес: инновации и менеджмент. М.: Триада, 2018. 87 с.

<sup>29</sup> Мхитарян С. В. Отраслевой маркетинг. М.: Эксмо, 2020. 24-74 с.

Для успешного маркетингового подхода необходимо учитывать несколько элементов. Важен персонал, их знания, умения и навыки должны соответствовать высокому уровню качества продукции и предоставляемых услуг. Процесс обслуживания потребителя должен проходить в несколько этапов. Также важна окружающая среда, место оказания услуг торговли товарами должно быть чистым и аккуратным. На промышленных предприятиях маркетинговые специалисты обязаны изучать, выбирать и реализовывать самые эффективные решения по производству и реализации товаров и услуг, которые полностью соответствуют запросам рынка. Они считают продукцию и услуги товаром, который удовлетворяет конкретную потребность. Чтобы улучшить рекламную стратегию, необходимо провести ряд мероприятий, например, выяснить, какой продукции нужна наибольшая реклама, разработать новые рекламные материалы и использовать маркетинговые подходы для планирования выпуска рекламной продукции.

Основой для маркетинговых стратегий в промышленных предприятиях является прогнозирование предстоящих изменений на рынке и анализ потребностей. В управлении конкурентоспособностью этих предприятий возникают сложности из-за специфических особенностей маркетинга в данной сфере. Чтобы создать оптимальную стратегию для дальнейшего развития, необходимо провести маркетинговое исследование в отношении продукта, расположения, персонала, продвижения и цены. При этом следует стимулировать творческий потенциал персонала и искать новые формы рекламных продуктов.

Постоянное управление конкурентоспособностью промышленных предприятий является необходимостью для контроля внешних и внутренних факторов, которые могут повлиять на уровень конкурентоспособности.

Таким образом, чтобы принимать своевременные решения, необходимо непрерывно вести управление на протяжении всего периода функционирования предприятия.

- Повышение уровня конкурентоспособности предприятий возможно при помощи применения различных методов анализа и оценки.

- Для этого необходимо выявление проблем, связанных с конкурентоспособностью.

- Разработка мероприятий является неотъемлемой частью процесса повышения конкурентоспособности предприятий.

### **Вывод по 1 главе**

Понятие «конкуренция» является экономической категорией, которая имеет множество толкований и отражает различные аспекты, которые появляются в процессе развития экономической мысли. Конкурентоспособность предприятия можно определить как способность эффективно осуществлять хозяйственную деятельность в условиях ограниченных ресурсов, используя современные инновационные технологии развития. Развивающееся предприятие подвержено воздействию как внутренних факторов, так и внешних условий, таких, как изменения в отрасли или на рынке. Применение системы контроля может помочь компании устранить проблемные зоны и использовать свои сильные стороны, а также конкурентные возможности, чтобы вести внешнюю маркетинговую политику и стать лидером на рынке.

Для эффективного управления конкурентоспособностью компании необходимо учитывать ее индивидуальные характеристики и особенности отрасли, в которой она действует. Однако, главной задачей управления является постоянный мониторинг и оценка ее конкурентоспособности на внешнем рынке.

Чтобы обеспечить своевременный контроль внутренних и внешних факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности, необходимо вести непрерывное управление.

Только так можно принимать необходимые решения вовремя и эффективно управлять конкурентным преимуществом предприятия в промышленности.

## **2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi»**

### **2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Olmaliq Gishtchisi»**

В 1994 году на Алмалыкском комбинате строительных материалов был возведен новый цех, в котором было организовано ООО «Olmaliq gishtchisi». Это производственное предприятие специализируется на изготовлении керамического кирпича высокого качества и прочности.

Благодаря известному американскому производителю оборудования для формования кирпича, компании Steel&Sons Ltd., технология жесткого формования с низкой влажностью на уровне 15-16% получила широкую популярность.

После продолжительных исследований, проведенных специалистами компании в сотрудничестве с лабораториями известных фирм ЗАО Plinfa (Харьков, Украина) и Shuang Ya Shang (Пекин, Китай), были отобраны сырьевые составы с низкой чувствительностью к сушке и минимальной усадкой, что позволяет формировать кирпич с влажностью на уровне 16%.

Производство кирпичей осуществляется способом, отличающимся повышенной жесткостью, однако, улучшает характеристики изделий, повышая их прочностные и морозостойкие показатели. В связи с этим, на предприятии принято решение о внедрении данного метода, предусматривая, что уровень сушильной усадки не превысит отметки в 4-5%.

В результате обжига такого кирпича можно получить изделие с прочностью М-150 и пустотелой конструкцией.

В производстве высокопрочного кирпича, подготовка сырья играет важнейшую роль.

Исходя из желаемого результата, используются разнообразные технологические инструменты, такие как молотковая шахтная мельница ММТ1300/2030, двухвальный глиносмеситель SJJ 300×40 и вальцы

финишного помола GS120x100 с применением силы поджатия в 40 тонн. На производстве также применяются мундштуки, шнеки, пустотообразователи и другие специальные инструменты, которые позволяют получать кирпич с точными геометрическими размерами, соответствующими стандартам, и минимальными отклонениями.

Обжиг кирпича происходит в мощной печи, оборудованной газовыми горелками, после формовки и сушки. Технологически заданная температура поддерживается четко, что позволяет получить равномерный обжиг кирпича, до сих пор никогда не встречавшийся.

Успешная реализация качественной продукции зависит от использования передовых технологий в производственном процессе на предприятии. Это позволяет достичь конкурентоспособности цен. Множество организаций, в частности крупных, которые приобрели кирпич, являются нашими постоянными заказчиками и готовы к долгосрочному сотрудничеству. Они основывают свой выбор на положительных рекомендациях от тех, кто уже воспользовался услугами нашего завода.

ООО «Olmaliq Gishtchisi» имеет линейно-функциональную структуру (рисунок 1).

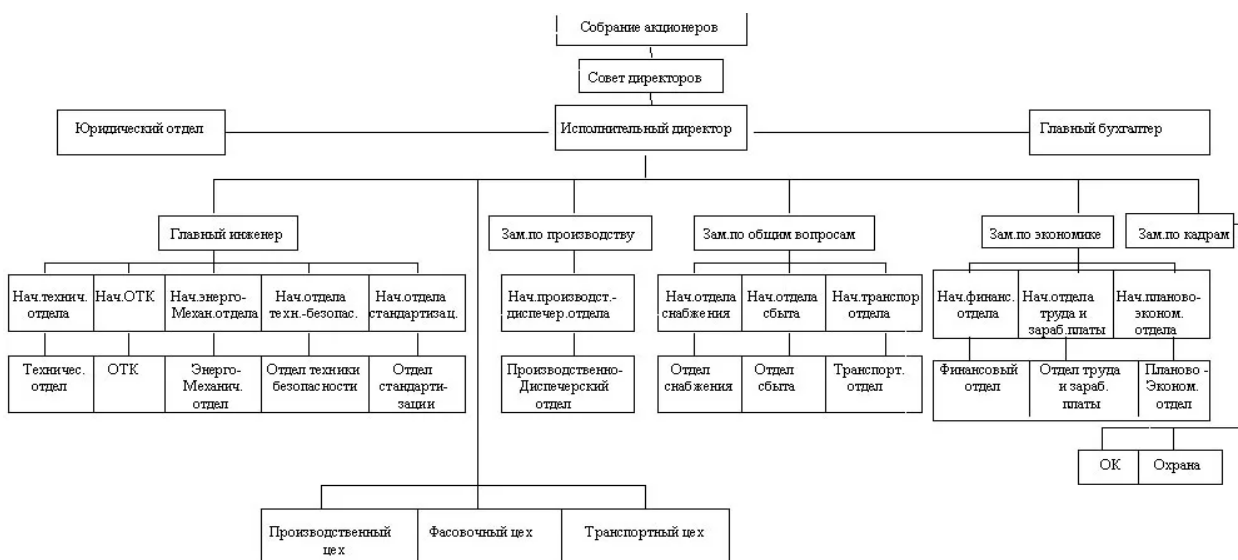


Рисунок 1 – Организационная структура промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi»

ООО «Olmaliq Gishtchisi» использует линейно-функциональную структуру управления, которая позволяет эффективно разделять и сотрудничать в труде. Главными связями в этой структуре являются вертикальные (командные) связи «руководитель-подчиненный». Функциональные звенья управления не обладают административной властью в отношении нижестоящих руководителей и исполнителей.

Функциональные руководители вышестоящих уровней осуществляют только функциональное руководство по нижестоящим функциональным службам. Таким образом, линейные руководители принимают решения и осуществляют управляющие воздействия, а функциональные специалисты разрабатывают проекты решений, консультируют, координируют и информируют.

Для управления линейно-функциональной структурой есть несколько вариантов улучшения:

- Создать тесные взаимосвязи и взаимодействие между производственными отделениями на горизонтальном уровне.
- Установить четкую ответственность всех сотрудников, участвующих в принятии решений и их реализации.

Преимущества такой структуры в управлении включают:

- 1) Глубокую подготовку решений и планов, связанных со специализацией работников.
- 2) Уменьшение нагрузки на главного линейного менеджера, который может избежать глубокого анализа проблем..
- 3) Сокращение системы взаимодействия по вертикали, чтобы избежать чрезмерной централизации.

При этом, возможность привлечения консультантов и экспертов может стать важным инструментом для реализации этих изменений.

В свою очередь, организационная структура фирмы ООО «Olmaliq Gishtchisi» на данный момент является рациональной и может не требовать кардинальных изменений.

- Структура компании подчиняется законам и принципам процессуализации и структуризации.
- Каждый, начиная с директора, знаком с правовыми нормами, регулирующими работу компании.
- Функционируя как единое целое, организация успешно справляется с внешними факторами, которые могут угрожать ее стабильности.

Таблица 4 – Движение персонала в ООО «Olmaliq Gishtchisi» за 2019-2021 гг.

Показатель	2019 г.	2020г.	2021г.
Численность персонала на начало года, чел.	355	303	334
Принято на работу, чел.	211	198	225
Выбыли, чел.	263	167	232
Численность персонала на конец года, чел.	303	334	327
Среднесписочная численность персонала, чел.	329	318	331
Коэффициент оборота по приему работников, %	64,13	62,26	67,9
Коэффициент оборота по выбытию работников, %	79,93	52,51	70
Коэффициент текучести кадров, %	6,7	5,03	6,1

В таблице 4 приведены данные о движении кадров на ООО «Olmaliq Gishtchisi», которые свидетельствуют о наличии нормального коэффициента текучести персонала в пределах 5-10 %.

Большинство случаев увольнения происходит по инициативе сотрудников.

- Методы имеются: технологические процессы промышленного предприятия реализованы максимально механизированным образом.

- Результат очевиден: фабрика является ведущим представителем отрасли в производстве керамического кирпича на территории Узбекистана.

- Штат работников, исключительно из 98 человек, может выпускать год изрядное количество - до 30 миллионов штук экологически чистого высококачественного кирпича.

- Поставки исключительно в лучшем качестве: удобные маршруты доставки позволяют предприятию отправлять свою продукцию как по всей

территории Узбекистана, так и для объектов в Казахстане в таких городах как Астана, Кызылорда, Шымкент, Туркестан, Жетису и другие.

Специализированные упаковки для кирпича были разработаны компанией, чтобы обеспечить сохранность продукции во время ее транспортировки на железнодорожных полувагонах. Более того, эти упаковки максимально учитывают возможности использования вместимости железнодорожных вагонов, что позволяет снизить транспортные расходы в интересах клиентов. Особенности таких упаковок включают:

- Защиту кирпича от случайных повреждений во время транспортировки;
- Оптимальную организацию размещения кирпичей внутри упаковок, чтобы достичь максимальной загрузочности железнодорожных вагонов;
- Возможность применения этих упаковок на больших расстояниях, что особенно актуально для магистралей с высокой проходимостью.

Выбирая такие упаковки, клиенты могут быть уверены в сохранности и качестве поставляемого кирпича, а также в возможности сокращения затрат на его транспортировку.

## **2.2 Оценка финансово-хозяйственной деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi»**

По проведенному анализу причинами увеличения прибыли компании с уверенностью можно считать увеличение объемов производства и снижение себестоимости производства.

Далее рассмотрим финансовые показатели деятельности анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» согласно отчетности за 2021-22 гг.

Таблица 5 – Финансовые показатели деятельности анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» согласно отчетности за 2021-22 гг., тыс. сум

Наименование показателя	Код строки	2021 г		2022	
		Доходы (прибыль)	Расходы (убытки)	Доходы (прибыль)	Расходы (убытки)
Чистая выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг)	010	348 949	X	455064	X
Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ и услуг)	020	X	236 879	X	278 037
Валовая прибыль (убыток) от реализации продуктам (товаров, работ и услуг)	030	112 070	0	177 027	0
Расходы периода, всего	040	X	11776	X	10 067
Административные расходы	060	X	11776	X	10 067
Прибыль (убыток) от основной деятельности	100	100 294	0	166 960	0
Прибыль (убыток) от общехозяйственной	220	100 294	0	166 960	0
Чрезвычайные прибыли и	230				
Прибыль (убыток) до уплаты налога на прибыль	240	100 294	0	166 960	0
Налог на прибыль	250	X	12 035	X	20 035
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	270	88 259	0	146 925	0

По представленным данным продемонстрируем наглядно динамику чистой выручки от реализации продукции (товаров, работ и услуг) анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» на рисунке 2.

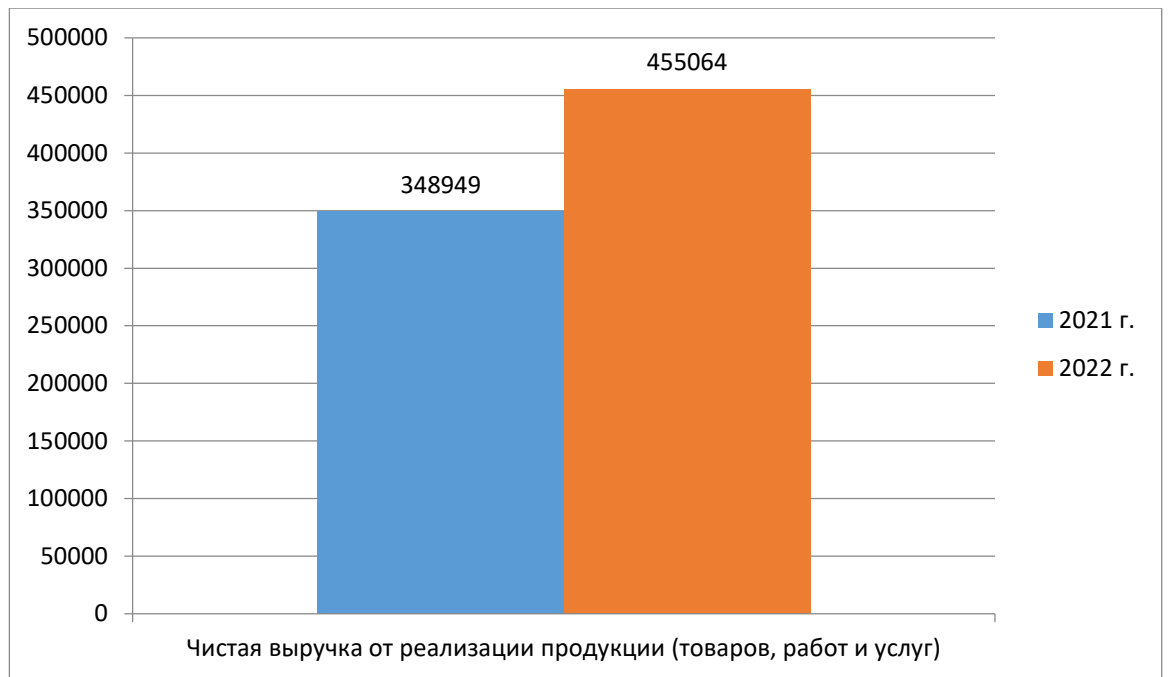


Рисунок 2 – Динамика чистой выручки от реализации продукции (товаров, работ и услуг) анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi», тыс. сум

По представленным данным таблицы 5 и диаграммы (рисунок 2) можно сделать вывод, что чистая выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг) анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» в рассмотренном периоде увеличилась с 348949 тыс. сум в 2021 году до 455064 тыс. сум в 2022 году, то есть на 106115 тыс. сум или на 23,3%.

Далее рассмотрим динамику прибыли (убыток) от основной деятельности, чистую прибыль (убыток) отчетного периода и валовую прибыль (убыток) от реализации продуктам (товаров, работ и услуг) анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» за аналогичный период с 2021 г. по 2022 г. на ниже представленной диаграмме (рисунок 3).

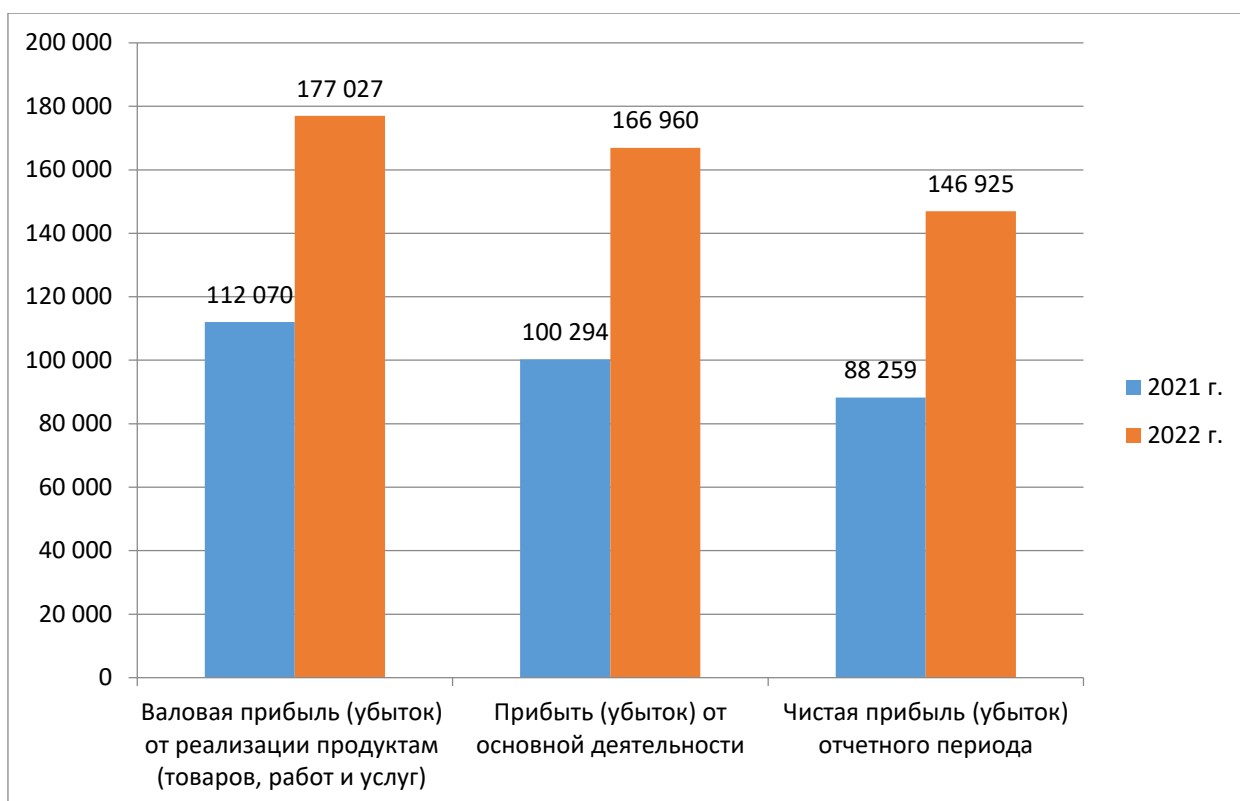


Рисунок 3 – Динамика прибыли (убыток) от основной деятельности, чистую прибыль (убыток) отчетного периода и валовую прибыль (убыток) от реализации продуктам (товаров, работ и услуг) анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» за аналогичный период с 2021 г. по 2022 г., тыс. сум

По представленным данным таблицы 2.1 и диаграммы (рисунок 2.2) можно сделать вывод, что в анализируемом периоде валовая прибыль увеличилась с 112070 тыс.сум в 2021 году до 177027 тыс.сум в 2022 году, то есть на 64954 тыс. сум или на 36,69%.

Прибыль от основной деятельности увеличилась с 100294 тыс.сум в 2021 году до 166960 тыс.сум в 2022 году, то есть на 66666 тыс. сум или на 36,92%.

Чистая прибыль отчетного периоде увеличилась с 88259 тыс.сум в 2021 году до 146925 тыс.сум в 2022 году, то есть на 58666 тыс. сум или на 39,93%.

Далее рассмотрим расходную часть финансовых показателей анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» за аналогичный период с 2021 г. по 2022 г. в аспекте таких показателей как

себестоимость реализованной продукции (товаров, работ и услуг), расходы анализируемого периода и налога на прибыль компании.

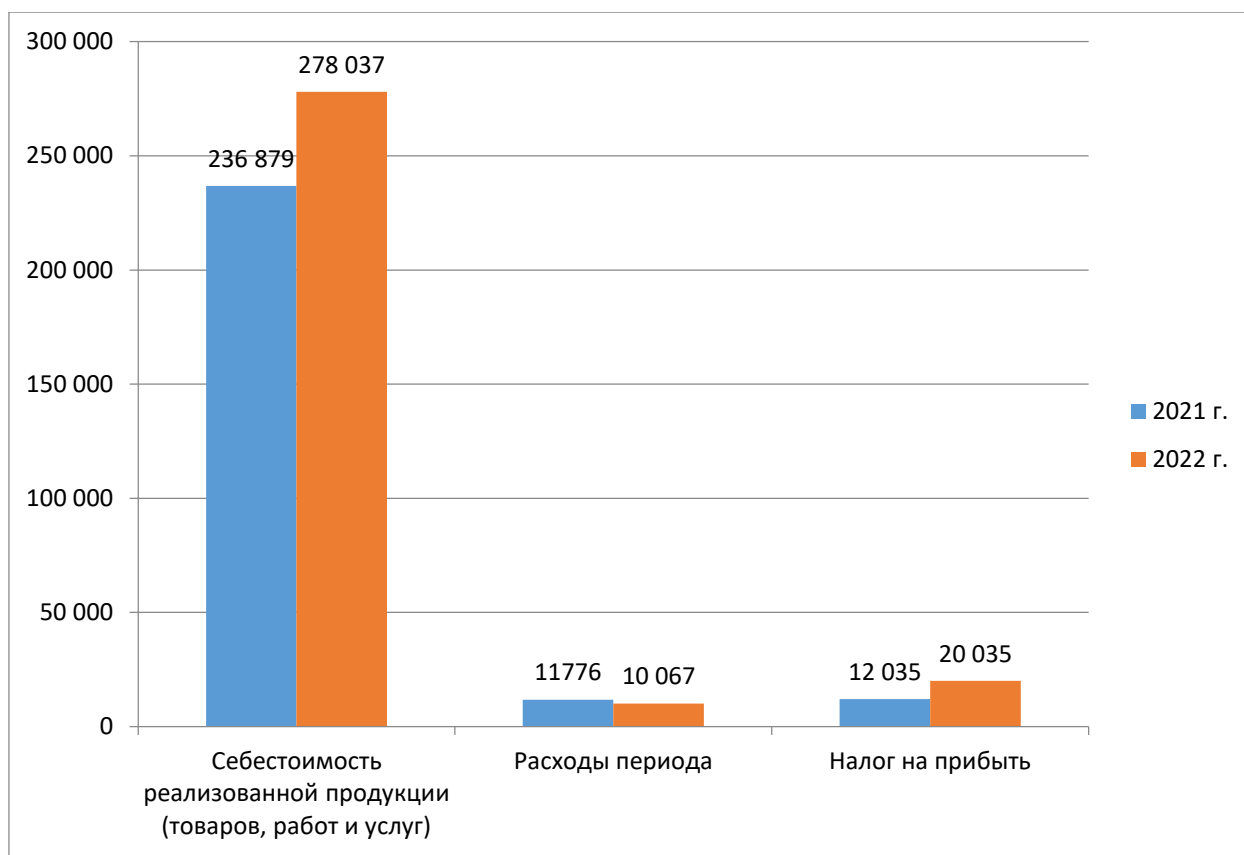


Рисунок 4 – Динамика расходную часть финансовых показателей анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» за аналогичный период с 2021 г. по 2022 г. в аспекте таких показателей как себестоимость реализованной продукции (товаров, работ и услуг), расходы анализируемого периода и налога на прибыль компании, тыс. сум

По представленным данным таблицы 2.1 и диаграммы (рисунок 4) можно сделать вывод, что в анализируемом периоде себестоимость реализуемой продукции увеличилась с 236879 тыс.сум в 2021 году до 278037 тыс. сум в 2022 году, то есть на 41158 тыс. сум или на 14,8.

Налог на прибыли также в анализируемом периоде увеличился с 12035 тыс. сум в 2021 году до 20035 тыс.сум в 2022 году, то есть на 8000 тыс.сум или на 39,9%.

## 2.3 Конкуренентоспособность ООО «Olmaliq Gishtchisi»

В регионе имеется около 20 предприятий, которые производят различные виды стеновых материалов, включая керамический и силикатный кирпич, а также стеновые блоки из керамзита и ячеистого бетона мелкого размера. Кроме того, на данных предприятиях выпускают бетонные блоки для стен подвалов. Для проведения анализа внешней среды промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» предлагаем использовать PEST-анализ в таблице 6.

Таблица 6 - Макроокружение промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi»

№	Фактор макроокружения	Способствует (+)	Затрудняет (-)
1	Уровень безработицы	Изменение этого параметра возможно создаст способствующий эффект для повышения уровня жизни населения.	При сокращении количества безработных можно столкнуться с уменьшением платежеспособного спроса.
2	Объем выпускаемой продукции	Развитие других отраслей может быть стимулировано ростом объемов производства. Этому способствуют эффект мультипликатора и акселератора.	Потенциальное сокращение выпуска изделий способно привести к снижению выручки фирмы.
3	Уровень инфляции	Чем выше уровень инфляции, тем быстрее население будет обменивать свои деньги на различные товары.	В случае увеличения темпов инфляции возрастает вероятность отрицательных последствий для бизнеса и финансовой состоятельности населения.
4	Тарифы на энергоресурсы	Изменения тарифов на энергоресурсы могут вызвать подъем цен на изделия, что в свою очередь приведет к снижению спроса на эту продукцию, особенно, если товар является чрезвычайно чувствительным к изменениям цен.	Достижение уменьшения потребительского спроса на товар с высокой эластичностью.

Продолжение таблицы 6

5	Денежные доходы потребителей	Сейчас происходит активизация желания создавать планы для реализации новых технологий, которые смогут значительно сократить расходы на производство, в итоге приведя к повышению финансового благосостояния у потребителей.	Объемы продаж могут столкнуться с отрицательным влиянием в случае, если доходы будут снижены.
6	Налоговая политика	Возможно, сокращение налоговой ставки - это верный шаг для увеличения прибыли компании.	Повышение ставок физически воздействует на экономический рост, но приводит к отрицательным последствиям, таким как скрытие доходов и увеличение цен. Это может остановить экономический прогресс и сократить производительность.
7	Изменение курса валют	Повышения и понижения стоимости валют наносят серьезный ущерб экономике государства, поскольку это увеличивает расходы при торговле на международном рынке. Таким образом, производители сталкиваются с вынужденной необходимостью перебрасывать средства из одного источника в другой, что влияет на общий бюджет государства.	Существуют потенциальные варианты реализации товаров, которые ранее не были учтены и могут оказаться эффективными.
8	Уровень образования	Развитие уровня знаний и компетенций персонала играет важную роль в повышении эффективности работы предприятия. Одним из способов достижения этой цели является улучшение образовательной основы сотрудников. Благодаря тщательному обучению и повышению квалификации, предприятие может обеспечить более высокое качество своих продуктов и услуг.	Новые лидеры возникают в результате определенных факторов и процессов. Они не появляются волшебным образом из ниоткуда, а являются результатом определенных факторов, которые могут включать в себя образование, опыт, лидерские качества, амбиции и многое другое. Кроме того, успех новых лидеров во многом зависит от их способности адаптироваться к быстро меняющимся условиям и гибко реагировать на различные вызовы и препятствия.

Продолжение таблицы 6

9	НТП в производстве нной сфере	Улучшение качества продукции и снижение себестоимости достигается благодаря применению новых технологий в производственной сфере.	Сохранить конкурентоспособность иногда приводит к расходам на обновление дорогостоящего оборудования, которые необходимы для успешного продвижения в бизнесе. Эти затраты могут быть значительными и вызывать необходимость дополнительного финансирования.
---	-------------------------------	---	---

В деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi» играют большую роль несколько факторов, выявленных при проведении PEST-анализа. Это, например, объем инвестиций, информационная обеспеченность, совершенствование технологии производства, производство продукции по отраслям, разработка новых технологий товаров и услуг, рост налогов и пошлин. Кроме того, портрет ситуации дополняют ухудшающаяся политическая обстановка и растущая инфляция. Важный фактор — уровень жизни населения, так как изменение его может повлиять на потребности потребителей. В результате предприятию нужно быть готовым к измененным требованиям и реагировать соответствующим образом.

Для любого предприятия очень важно получать информацию о том, какие товары производят конкурирующие компании, какое качество продукции они предлагают и какие конкурентные товары можно создать в каждой отрасли. Все это может успешно помочь компании, но следует помнить, что инфляционный рост может привести к повышению цен на готовую продукцию, что существенно снизит покупательскую способность клиентов и, как следствие, прибыль компании. Это, в свою очередь, может привести к остановке развития производственной базы компании. Однако, если в компанию будут привлечены инвестиции, она сможет увеличить объемы производства своей продукции, а также улучшить условия труда сотрудников, что, в конечном итоге, приведет к увеличению доходов.

Снятие части продукции с производства и сокращение объемов производства на предприятии вызвано политико-правовыми факторами, которые ограничивают развитие и расширение производственной базы. Еще одной причиной является уменьшение заказов от потребителей предприятия. Производство также пострадало из-за частых нарушений поставок от зарубежных поставщиков.

Таблица 7 – Анализ угроз и возможностей макросреды промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi»

Фактор	Возможные ответные меры предприятия
<b>Политические</b>	
1. Нормативно-правовая база	Корректное управление бизнесом требует уважения законодательства и правил, установленных нормативными документами. Работа в организации необходимо регулировать в соответствии с этими требованиями. Для составления качественного отчета необходимы квалифицированные специалисты, такие как бухгалтеры и юристы, которые могут помочь оценить ситуацию и принять правильные решения.
1. Ужесточение законодательства 2. Ухудшение политической обстановки 4. Тарифы на энергоресурсы	Снятие части продукции с производства и уменьшение заказов от потребителей происходят из-за проблем с развитием производственной базы и нарушений поставок от зарубежных поставщиков. Для того, чтобы эту проблему решить, необходимо использовать современные технологии, которые позволят экономить ресурсы и энергию в производстве. Это, в свою очередь, позволит увеличить объемы производства и избежать снижения производства в будущем.
<b>Экономические</b>	
1. Ориентация на рыночное регулирование экономики	Важнейшим компонентом для приобретения высокой конкурентоспособности при производстве товаров считается оперативная и точная оценка требований потребителей на рынке.
2. Уровень инфляции	Для продолжения производства во время кризиса крайне важно уменьшить задолженность дебиторов в кратчайшие сроки.
3. Уровень безработицы	В период снижения безработицы очень важно быстро реагировать на рост спроса, иначе можно пропустить хорошую возможность заработать.
4. Денежные доходы потребителей	Важно предоставлять клиентам широкий выбор товаров, которые отличаются высоким качеством. Кроме того, необходимо учитывать потребности жителей со средним достатком и производить соответствующие товары.

Продолжение таблицы 7

5. Изменение курса валют	Договор заключенный при экспорте товара должен содержать условия, учитывающие возможное повышение курса валюты. Это поможет избежать непредвиденных затрат и убытков в будущем. Подумайте о таких моментах заранее, чтобы избежать неприятных ситуаций.
6.Монополизация экономики	Борьба с монополистами может осуществляться различными методами, в том числе через установление соглашений с производителями-соперниками и создание системы сговора.
7. Налоговая политика	Для обеспечения эффективной работы необходимо изменить отчетность бухгалтерии, а также внести информацию об изменениях пошлин в международные соглашения и контракты с партнерами из-за границы. Кроме того, необходим контроль за изменениями налогового законодательства, что поможет принимать решения в нужный момент и снизить возможные потери в сфере финансов.
8. Процентные ставки	Чтобы не столкнуться с финансовыми трудностями, необходимо обеспечить себе достаточный запас наличных средств и не допустить просрочки платежей по кредитам с повышенными процентными ставками. Банки не намерены одобрять бизнес-планы, которые не гарантируют высокую степень безопасности, поэтому следует уделить особое внимание этому вопросу при составлении плана. Для того, чтобы пережить кризис, необходимо сократить сроки дебиторских задолженностей и сохранить производство в работе.
9.Объем промышленной продукции	
Социальные	
1.Мобильность населения	Эффективное маркетинговое продвижение и оперативное реагирование на увеличение спроса - главные факторы успеха в современном бизнесе.
2. «Старение населения»	Разработка правильного комплекта товаров для производства.
3. Уровень образования	Для достижения большего успеха в бизнесе необходимо обратить внимание на обучение сотрудников или привлечение новых специалистов с опытом работы и знаниями. Это позволит повысить квалификацию команды и обеспечить ее готовность к выполнению задач с высокой эффективностью. Кроме того, улучшение уровня подготовки позволит укрепить позиции компании в отрасли и выделить ее среди конкурентов. Следовательно, инвестирование в обучение и развитие сотрудников или найм квалифицированных специалистов - это правильный шаг в развитии бизнеса.

Продолжение таблицы 7

4. Стабильность в обществе	Если экономический прогноз на будущее предвещает положительные результаты, то возможно расширение производства. Этот процесс обеспечивается постоянной прибылью, которая является ключевым фактором.
Технологические	
1. НТП в сфере производства	Для того, чтобы компания в наше время могла защитить свои позиции на рынке и продолжать успешно функционировать, она должна обратить внимание на два неотъемлемых аспекта. Один из них – увеличение уровня квалификации сотрудников в соответствии с новыми технологиями. Другой – внедрение наиболее новых разработок в производственном процессе. Только так компания сможет сохранить свои конкурентные преимущества и продолжить успешное развитие.
2. НТП в социальной сфере	Следует обеспечить, чтобы потребители получали товары, соответствующие их запросам и потребностям.

Начиная с 1 января 2021 года в регионе были произведены основные виды строительных материалов, мощности по их производству представлены в Таблице 8.

Кроме того, анализируя объемы производства за последние 2 года, можно сделать выводы о динамике развития этой отрасли в регионе.

Таблица 8 – Мощности предприятия по производству основных видов строительных материалов в регионе

№ п/п	Наименование продукции	Проектная мощность предприятий	Объем производства за 2020 г.	Объем производства за 2021 г.	Откл. 2021 г. от 2020 г.
1	Цемент, тыс. тонн	822,0	908,2	678,9	-229,3
2	Нерудные строительные материалы, в том числе песок, щебень и гравий, млн. м <sup>3</sup>	11,2	6,7	5,2	-1,5
3	Сборные железобетонные конструкции и изделия, тыс. м <sup>3</sup>	660,0	253,6	139,7	-113,9
4	Кирпич строительный, млн. шт. усл. кирпича	243,0	144,0	66,8	-77,2

Продолжение таблицы 8

4.1	в том числе, силикатный	125,0	68,6	30,2	-38,4
4.2	керамический	118,0	75,4	36,6	-38,8
5	Блоки стеновые из ячеистого бетона, млн. шт. усл. кирпича	30,8	30,0	10,3	-19,7
6	Блоки и камни мелкие стеновые (без блоков из ячеистого бетона), млн. шт. усл. кирпича	52,0	19,4	11,8	-7,6
7	Бетонные блоки стен подвалов, млн. шт. усл. кирпича	20,0	7,4	3,6	3,8
8	Изделия крупнопанельного домостроения, тыс. м <sup>2</sup>	215,0	55,1	63,9	-8,8
9	Мягкие кровельные и изоляционные материалы, млн. м <sup>2</sup>	8,4	0,2	0,3	0,1
10	Металлочерепица и другие металлические кровельные материалы, млн. м <sup>2</sup>	4,5	2,1	1,7	0,4
11	Теплоизоляционные материалы на основе минерального волокна, тыс. м <sup>3</sup>	30,0	21,0	16,0	5

Силикатный кирпич - экологически чистый и прочный материал, который является основным строительным материалом.

К тому же, он обладает рядом преимуществ перед керамическим кирпичом, таких как:

- высокая морозостойкость;
- противопожарные свойства, так как относится к группе негорюемых материалов;
- удобство в работе благодаря хорошим геометрическим формам.

Ассортимент продукции, выпускаемой компанией ООО «Olmaliq Gishtchisi», уже превосходит ассортимент конкурентов.

В отличие от ООО «Olmalıq Gıshıchısı», которая предоставляет только пять видов своего товара, на рынке представлен широкий выбор цветов силикатного кирпича, что является его главным преимуществом.

Оценочную карту использовали для проведения анализа с точки зрения экономии ресурсов и повышения их эффективного использования.

Таблица 9 – Оценочная карта для сравнения конкурентных технических решений

Критерии оценки	Вес критерия	Баллы		Конкурентоспособность Средневзвешенное значение	
		Бф	Бк1	Кф	Кк1
Технические критерии оценки ресурсоэффективности					
1. Способствует росту производительности труда пользователя	0,1	5	2	5	2
2. Удобный в эксплуатации (соответствует требованиям потребителей)	0,05	4	3	4	3
3. Помехоустойчивый	0,05	1	1	1	1
4. Энергосберегающий	0,05	2	2	2	2
5. Надежный	0,05	2	1	2	1
6. Уровень шума	0,05	1	1	1	1
7. Безопасный	0,05	1	1	1	1
8. Требуется ресурсов памяти	0,05	0	0	0	0
9. Функциональная мощность (предоставляемые возможности)	0,1	3	2	3	2
10. Простота эксплуатации	0,05	2	2	2	2
11. Качество интеллектуального интерфейса	0,05	0	0	0	0
12. Возможность подключения в сеть ЭВМ	0,05	2	2	2	2
Экономические критерии оценки эффективности					
1. Конкурентоспособность продукта	0,2	4	3	4	3
2. Уровень проникновения на рынок	0,1	4	3	4	3
3. Цена	0,05	3	2	3	2
4. Предполагаемый срок эксплуатации	0,05	4	3	4	3
5. Послепродажное обслуживание	0,05	5	4	5	4
6. Финансирование научной разработки	0,1	4	4	4	4
7. Срок выхода на рынок	0,05	3	3	3	3
8. Наличие сертификации разработки	0,05	5	4	5	4
Итого	1	55	43	55	43

При оценке позиции компании и конкурентов эксперты производят оценку по пятибалльной шкале. Наиболее слабой позицией является оценка 1,

а наиболее сильной – 5. В процессе экспертного исследования определяются веса показателей, которые в сумме должны составлять 1. Для анализа конкурентных технических решений используется формула, где конкурентоспособность определяется как сумма умноженных на вес показателей баллов  $i$ -го показателя.

Формула для анализа конкурентных технических решений:

$$K = \sum_{i=1}^n (V_i \cdot B_i), \text{ где:}$$

- $K$  – конкурентоспособность разработки или конкурента;
- $V_i$  – вес показателя (в долях единицы);
- $B_i$  – балл  $i$ -го показателя.

Важно учитывать указанные показатели при разработке технического решения:

$$K = 1 \times 55 = 55$$

Разработка технического решения конкурентных предприятий:

$$K = 1 \times 43 = 43$$

Сравнение среднего интегрального показателя сопоставляемых вариантов позволило сделать вывод о том, что наиболее финансово- и ресурсоэффективным является анализируемая компания.

Ценовая политика является одним из важнейших конкурентных преимуществ данного предприятия.

Ее осуществление включает ряд этапов, включающих:

- постановку целей;
- исследование рынка;
- определение стратегии ценообразования;
- определение методов ценообразования;
- корректировку цены;
- установление окончательной цены.

Кроме того, завод обладает и другими конкурентными преимуществами, в числе которых:

- широкий ассортимент производимой продукции.

Одно из главных направлений маркетинга ООО «Olmalıq Gıstchısı» - вертикальная диверсификация производства, что позволяет достичь следующих преимуществ:

- высокое качество продукции, соответствующее ГОСТ;
- сравнительно низкие цены;
- широкий круг постоянных потребителей.

При формировании сбытовой политики предприятия, основными задачами являются выбор каналов распределения и принятие решения о стратегии сбыта. Для этого необходимо учитывать следующие аспекты:

- место предприятия в каналах распределения;
- решения по маркетинговой логистике.

Таблица 10 – SWOT-анализ промышленного предприятия ООО «Olmalıq Gıstchısı»

	<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1) повышение доходов жителей</li><li>2) внедрение инновационных технологий</li><li>3) установление новой системы розничной торговли, в которой поставщики выбираются с особым вниманием.</li></ol>	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Конкуренты снижают цены, что может привести к снижению нашей прибыли;</li><li>- Доходы населения снижаются, что может повлиять на покупательную способность наших клиентов;</li><li>- Сырье и материалы для производства становятся дороже, что может привести к увеличению нашей себестоимости.</li></ul>
--	--	---

Продолжение таблицы 10

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Значительный практический опыт на мировом рынке</li> <li>- Уверенное лидерство в отрасли</li> <li>- Безукоризненное качество продукции</li> </ul>	<p>С помощью внедрения новых технологий возможно значительно увеличить прибыль. А также, имея лидерскую позицию на рынке и поддерживая высокое качество продукции, можно успеть за ростом рынка и удовлетворением возрастающих потребностей покупателей.</p>	<p>1) Информирова покупателей о высоком качестве продукции, мы сможем удержать их от перехода к конкурентам.</p> <p>2) При снижении цен на продукцию конкурентов может произойти уменьшение спроса нашей продукции.</p> <p>3) Ухудшение нашей конкурентной позиции может произойти из-за увеличения себестоимости сырья и материалов.</p>
<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Недобросовестная борьба за рынок;</li> <li>2) Монотонность рекламных кампаний для всех групп пользователей;</li> <li>3) Высокие затраты на производство.</li> </ol>	<p>. Наша продукция не будет закупаться новой сетью, так как наши оптовые цены выше, чем у конкурентов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаточное контролирование себестоимости может привести к снижению конкурентоспособности предприятия.</li> <li>- Неправильная стратегия рекламы усложняет введение на новые рынки и оказывает отрицательное влияние на имидж компании.</li> <li>- Уменьшение покупательной способности приведет к увеличению издержек.</li> </ul>

Главной целью сбытовой политики ООО «Olmalıq Gishtchisi» является формирование места предприятия в каналах распределения.

1. Существует группа организаций, которые работают вместе.
2. Они связаны между собой и занимаются распределением товаров.

3. Основная цель этой группы заключается в том, чтобы сделать товар доступным для использования.

4. Канал распределения состоит из нескольких этапов, на каждом из которых товар проходит определенную обработку.

5. Каждая организация в этом канале играет свою роль и вносит свой вклад в общую цепочку распределения товаров.

Одним из наиболее широко применяемых методов маркетингового анализа является SWOT-анализ, который предназначен для тщательной оценки эффективности деятельности компании ООО «Olmaliq Gishtchisi». Используя этот метод, можно определить и систематизировать следующие аспекты:

- Преимущества и сильные стороны фирмы;
- Недостатки и слабые стороны фирмы;
- Возможные перспективы и перспективы роста;
- Угрозы и потенциальные опасности.

Помимо этого, SWOT-анализ помогает определить, в каком направлении должно развиваться предприятие, и каким образом следует распределить ресурсы между сегментами. В итоге, это позволяет достичь максимальной эффективности маркетинговой деятельности и повысить конкурентоспособность ООО «Olmaliq Gishtchisi».

### **3 Формирование конкурентной стратегии предприятия**

#### **3.1 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности ООО «Olmaliq Gishtchisi»**

Повышение конкурентоспособности предприятия - это ключевой аспект стратегического планирования для любой организации, которая хочет сохранять свои рыночные позиции и расширять свое влияние на рынке.

Многие экономисты, как отечественные, так и зарубежные, сосредотачивали свое внимание на фундаментальных факторах конкурентоспособности, но многие из них не учитывали методическую последовательность шагов, направленных на улучшение конкурентоспособности<sup>30</sup>.

Для повышения конкурентоспособности промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi», а также для достижения конкурентной позиции на рынке необходимо выполнить ряд мероприятий, которые включают следующие этапы:

- Анализ интенсивности конкурентной борьбы и сбор информации о конкурентах и отрасли в целом.
- Обработка полученной информации и оценка конкурентоспособности предприятия с использованием различных методов.
- Формулировка стратегических целей и разработка конкурентной стратегии.
- Конкретизация стратегии и её корректировка в процессе принятия управленческих и технических решений.
- Контроль реализации стратегии в ходе деятельности промышленного предприятия.

С помощью этих мероприятий возможно поддерживать или достигнуть конкурентной позиции на рынке.

---

<sup>30</sup> Рубец, А.А. Проблемы повышения конкурентоспособности и структурной перестройки пищевой промышленности / А.А. Рубец // Белорусская экономика : анализ, прогноз, регулирование. 2023. №7.

Для того чтобы обеспечить высокую конкурентоспособность, необходимо следить за изменениями показателей и принимать необходимые меры для корректировки. Для достижения этой цели ООО «Olmaliq Gishtchisi» должно постоянно повторять последовательность действий. Это поможет создать устойчивый паттерн менеджмента.

Визуализируя данную последовательность действий на рисунке 5, можно подчеркнуть ее принципиальную важность.



Рисунок 5 – Система обеспечения конкурентоспособности промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi»

Довольно стабильное положение на внешнем рынке занимает промышленное предприятие ООО «Olmaliq Gishtchisi», опережая основных конкурентов по ряду показателей конкурентоспособности источников и сегментов рынка. Изучение второго раздела работы привело к выводу о том, что компания производит высококачественный керамический кирпич высокой прочности, что является ее преимуществом перед остальными игроками на рынке. Увеличение показателя конкурентоспособности произошло благодаря повышающемуся показателю операционной эффективности предприятия.

ООО «Olmaliq Gishtchisi» считает, что ключевым фактором повышения конкурентоспособности является сосредоточение основных производственных и финансовых ресурсов компании на рынках высококачественного керамического кирпича высокой прочности.

Для достижения этой цели предприятие применяет грамотное стратегическое планирование. В контексте международного рынка, ООО «Olmaliq Gishtchisi» стремится увеличить свою долю присутствия именно на рынках высококачественного керамического кирпича высокой прочности в США. Для этого предприятие активно использует как уже действующие, так и новые мощности, вводимые в эксплуатацию.

Миссия компании на 2022 год заключается в том, чтобы стать глобальным поставщиком экологически эффективных и безопасных решений для потребителей высококачественного керамического кирпича высокой прочности. Это позволит поддержать экологический баланс, увеличить акционерную стоимость и повысить качество жизни в регионах, где компания присутствует. Кроме того, в рамках миссии будут внедрены комплексные мероприятия, направленные на улучшение условий и безопасности сотрудников.

Для открытия новых перспектив развития компании и улучшения существующего положения дел, необходимо пересмотреть стратегические цели, основываясь на данной миссии.

Ниже приводим список этих целей:

- Развитие новых экологически эффективных продуктов для потребителей.
- Расширение географии присутствия на мировом рынке.
- Улучшение качества жизни сотрудников и создание безопасной и удобной рабочей среды.
- Повышение эффективности производства и сокращение негативного воздействия на окружающую среду.
- Развитие новых технологий и инновационных решений для улучшения наших процессов и продуктов.

Таблица 11 – Скорректированные стратегические цели промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» на период с 2023 г. по 2025 г.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ	СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вхождение в новые продуктовые ниши и наращивание лидерства в ключевых сегментах;</li> <li>- Вертикальная интеграция для снижения затрат и развития продуктово-сервисной линейки;</li> <li>- Использование глобального масштаба и развитие системы продаж;</li> <li>- Ориентация на инновационные подходы и цифровую трансформацию;</li> <li>- Стремление к достижению операционного совершенства;</li> <li>- Улучшение финансовой эффективности и привлекательности для инвесторов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Максимизация операционного денежного потока и оптимизация портфеля активов, чтобы сохранить устойчивое финансовое положение, наравне с ведущими мировыми производителями высококачественного керамического кирпича высокой прочности.</li> <li>- Расширение и оптимизация производственных мощностей промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» путем альянсов, партнерств и приобретений.</li> <li>- Сосредоточение на развитии и укреплении долгосрочных партнерских отношений с основными потребителями.</li> <li>- Придание большего внимания лидерству в ключевых продуктовых сегментах как на глобальных, так и на российских рынках, чтобы стать более конкурентоспособными.</li> <li>- Оптимизация затрат и повышение качества продукции благодаря внедрению новых технологий и сервисов.</li> <li>- Комплексное решение проектов для клиентов с применением последних IT-технологий.</li> <li>- Улучшение безопасности труда на производстве с целью достижения нулевого уровня травматизма.</li> <li>- Следование мировым стандартам в индустрии по снижению выбросов вредных веществ, повышение энергоэффективности производственных процессов и управления отходами.</li> <li>- Следовать передовым методикам в области управления компанией.</li> <li>- Поддерживать лучшие практики в корпоративном управлении.</li> <li>- Соблюдать наилучшие стандарты в управлении предприятием.</li> <li>- Придерживаться оптимальных подходов к управлению организацией.</li> <li>- Следовать лучшим примерам в сфере корпоративного управления.</li> </ul>

ООО «Olmaliq Gishtchisi» обновило свою стратегию, с целью развития конкурентных преимуществ, повышения бизнес-эффективности и устойчивости, а также соблюдения принципов устойчивого развития.

Для этого предприятие решило сосредоточиться на следующих ключевых проблемах:

- Актуальной задачей является расширение возможностей доступа к международным рынкам;
- Необходимо обеспечение более гибкого производственного процесса для повышения эффективности.

Существующая стратегия была пересмотрена с учетом рассчитанного показателя конкурентоспособности и корректировки стратегических целей. Благодаря этому, возможно увеличение объема реализации высококачественного керамического кирпича высокой прочности на рынке.

Для достижения конкурентных преимуществ и расширения доступности на внешние рынки, промышленное предприятие ООО «Olmaliq Gishtchisi» может рассмотреть возможность объединения усилий с одной из компаний-конкурентов.

Для этого предлагается следующий механизм:

- Компания-конкурент, обладая более высоким уровнем доступа к местному или внешнему рынку, может принимать больше заказов на работу с промышленным предприятием ООО «Olmaliq Gishtchisi».

С великолепным опытом работы с данной компанией и невероятными знаниями особенностей рынка, она имеет возможность позиционировать себя как компанию, которая является лучшей в своем деле. Таким образом, можно приобрести конкурентные преимущества и достичь высокой эффективности в бизнесе, предлагается взаимодействовать с ООО «Olmaliq Gishtchisi», промышленным предприятием, с помощью аутсорсинга.

Компания-партнер будет брать на себя исполнение заказов.

После получения оплаты за выполненный заказ, ООО «Olmaliq Gishtchisi» гарантирует выплату установленной нормы маржи (прибыли) компании-партнеру.

Таблица 12 – Система мероприятий по повышению конкурентоспособности промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» на внешних и внешних рынках

Фактор роста конкурентоспособности	Направление / мероприятие	Ожидаемый эффект
Увеличение возможностей предприятия на международной арене и повышение уровня гибкости в производственном процессе - два главных направления развития компании.	Соединение деловых усилий и конкурентных позиций с компанией-соперником.	Достижение увеличения прибыли благодаря расширению диапазона доступных рынков и повышению привлекательности услуг для потенциальных клиентов.
Увеличение уровня взаимодействия на внешнем рынке для улучшения коммуникационной эффективности.	Создание интернет-магазина на иностранном языке с встроенным онлайн-консультантом может быть реализовано через аутсорсинг. Онлайн-консультант в магазине на иностранном языке может стать ключевой функцией, обеспечивающей более высокий уровень обслуживания клиентов. Такой функционал будет особенно полезен для иностранных покупателей, которые не всегда могут чувствовать себя уверенно при общении на незнакомом языке.	Благодаря усовершенствованию доступа к возможным клиентам и увеличению точности обратной связи, удалось значительно увеличить объем продаж.

Чтобы сохранить свою конкурентоспособность на мировом рынке, ООО «Olmaliq Gishtchisi» должно внедрить предложенные мероприятия и оценить их экономическую эффективность.

Только так предприятие сможет сохранить свою прочную позицию и конкурентоспособность на внешнем рынке.

### **3.2 Оценка экономической эффективности разработанных мероприятий**

Для повышения конкурентоспособности предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» необходимо реализовать мероприятия, описанные в подразделе 3.2. Однако, для этого потребуются значительные затраты на финансирование каждого мероприятия. Важно провести расчёт стоимости участия в каждом мероприятии и выяснить, какой результат можно ожидать от этих вложений в целом.

Чтобы более точно определить затраты на внедрение мероприятий, необходимо провести детальный анализ рынка и конкурентов, а также оценить текущую ситуацию на предприятии.

На основании этих данных можно будет определить наиболее приоритетные направления для развития и выбрать необходимые мероприятия.

В таблице 13 приведены данные о расходах на приобретение и внедрение в эксплуатацию системы LiveTex в данном случае. LiveTex — это решение для технической поддержки и управления продажами во всех современных каналах связи. LiveTex поддерживает чат на сайте, чат в мобильном приложении, социальные сети, мессенджеры, email, формы обратной связи и чат-ботов.

Обращения из всех каналов выстраиваются в единую очередь, могут распределяться в зависимости от бизнес-процессов компании и имеют единую систему аналитики.

Однако, помимо этого, необходимо также учитывать затраты на обучение персонала, закупку оборудования и программного обеспечения, а также на маркетинговые мероприятия для продвижения новых продуктов и услуг на рынке.

Поэтому, для успешной реализации мероприятий по повышению конкурентоспособности, необходимо провести комплексный анализ и

определить все затраты, необходимые для их внедрения. Только в таком случае можно гарантировать достижение желаемых результатов и получение высокой эффективности.

Таблица 13 – Расчет расходов на приобретение и внедрение в работу системы LiveTex

Показатель	Тариф «Базовый»	Тариф «Продвинутый»
Приобретение системы LiveTex.	720 руб./месяц	1920 руб./месяц
Итого в год	8640 руб.	23040 руб.
С учетом скидки за годовую оплату (-10%)	7776 руб.	20736 руб.
С учетом скидки за 2-летнюю оплату (-20%)	13824 руб.	36864 руб.

ООО «Olmaliq Gishtchisi» - промышленное предприятие, которое стремится повысить свою конкурентоспособность на внешнем рынке. Для этого была разработана система мероприятий, которая включает в себя использование продающей страницы в Интернете и усиление коммуникаций.

Для воплощения данной системы применительно необходимо произвести лишь единожды расходы в величине 2 200 000 рублей.

Однако, как показывают произведенные расчеты, это окупится благодаря увеличению конкурентоспособности предприятия и увеличению продаж.

Кроме того, для поддержания эффективности системы необходимо увеличить текущие годовые расходы на 2 308 736 рублей.

Эти расходы пойдут на обновление технического оборудования и повышение квалификации сотрудников.

Таким образом, ООО «Olmaliq Gishtchisi» готово вложить ресурсы и усилия в достижение своей цели - стать более конкурентоспособным и успешным на рынке.

Таблица 14 – Расчет затрат для выхода и позиционирования на внешних рынках с использованием интернет-магазина

Наименование показателей	Сумма, руб.
Расчет разовых затрат	
Разработка интернет-магазина	2 200 000
Расчет текущих расходов	
Поддержка и развитие сайта	828 000
Работы по seo (под ключ)	960 000
Работы по контекстной рекламе	в Яндексe-250 000 в Google-250 000
Внедрение системы LiveTex с учетом скидки за годовую оплату (-10%)	20736
Итого текущие расходы	2 308 736
<b>ИТОГО</b>	<b>4 508 736</b>

Для того чтобы повысить эффективность и ускорить процесс изменений, компания заключила договор с ITECH.group, согласно которому, в случае невыполнения условий КРІ, компания вернет до 80% затраченного бюджета.

Новые меры, которые планирует внедрить ООО «Olmaliq Gishtchisi», включают в себя оптимизацию производственных процессов, анализ рынка и конкурентов, а также улучшение качества продукции. Компания уверена, что совокупность этих мер позволит достичь поставленных целей и увеличить свою прибыль в сжатые сроки.

Таким образом, ООО «Olmaliq Gishtchisi» и ITECH.group выстраивают эффективное партнерство, направленное на достижение общих целей и повышение конкурентоспособности компании на рынке<sup>31</sup>. Перед тем, как рассмотреть экономический эффект внедрения проектных мероприятий, важно отметить, что годовой объем выручки до их проведения уже достигает впечатляющей суммы в 199 393 835 тыс. рублей.

Однако, применение предлагаемых мероприятий может еще больше увеличить выручку за счет дополнительного товарооборота.

Разницу между ожидаемым ростом доходов и стоимостью внедрения

<sup>31</sup> Официальный сайт ITECH.: [сайт].- URL: [https://itech-group.ru/?utm\\_source=ratingruneta.ru&utm\\_medium=paid-referral&utm\\_campaign=web-null-line](https://itech-group.ru/?utm_source=ratingruneta.ru&utm_medium=paid-referral&utm_campaign=web-null-line) (дата обращения: 04.05.2023).

мероприятий можно считать как экономический результат. То есть, для того чтобы иметь успешный экономический эффект, необходимо, чтобы дополнительный товарооборот, сгенерированный в результате проведения мероприятий, превышал расходы на их реализацию.

Важно также учитывать, что экономический эффект может проявиться не только в увеличении выручки, но и в снижении расходов на производство и улучшении качества продукции или услуг.

Поэтому, перед принятием решения о внедрении проектных мероприятий, необходимо провести тщательный анализ и оценку потенциального экономического эффекта<sup>32</sup>.

$$\mathcal{E} = (P_B - ZP) - B_{pn}$$

где  $\mathcal{E}$  - экономический эффект от внедрения мероприятий, сум.;

$P_B$  - планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием, сум.;

$Z_p$  - затраты на реализацию мероприятий, сум.;

$B_{pn}$  - выручка от реализации за последний период, сум.

Рассчитаем планируемый показатель выручки от реализации после реализации мероприятий и только под их влиянием:

$$P_B = 199\,393\,835 + (99\,393\,835 * (5/100)) = 209\,363\,527 \text{ тыс. сум.}$$

Рассчитаем экономический эффект от внедрения мероприятий:

$$\mathcal{E} = (209\,363\,527 - 4\,508\,736) - 199\,393\,835 = 5\,460\,956 \text{ тыс. сум.}$$

---

<sup>32</sup> Оценка эффективности предложенных мероприятий: [сайт]. - URL: <https://sites.google.com/site/mariamashoshinargb/3-strategiceskij-analiz/3-2-ocenka-effektivnosti-predlozennyh-meropriatij> (дата обращения: 04.05.2023).

Внедрение предлагаемых мероприятий позволит значительно увеличить оборот предприятия и повысить его рентабельность. Можно сделать вывод о положительном экономическом эффекте от этих изменений, так как затраты в размере 4 508 736 сум. привели к увеличению оборота на 5 460 956 тыс. сум.

При этом, осуществление проекта приведет к росту выручки от реализации и увеличению чистой прибыли. Это несомненно даст новый толчок развитию предприятия и укреплению его позиций на рынке.

В связи с положительной оценкой экспертов, становится ясно, что внедрение предлагаемых мероприятий является целесообразным и необходимым шагом для развития предприятия.

В результате, предприятие сможет увеличить свою конкурентоспособность и удовлетворить потребности своих клиентов более эффективно:

$$P = (5\,460\,956 / 4\,508\,736) * 100\% = 121,1\%$$

$$B = 4\,508\,736 / 5\,460\,956 = 0,83 \text{ года} = 9,96 \text{ « } 10 \text{ месяцев.}$$

ООО «Olmaliq Gishtchisi» может добиться роста конкурентоспособности благодаря предложенной системе мероприятий. Экономический эффект является положительным, что подтверждается проведенным анализом.

Срок окупаемости составляет 10 месяцев, что говорит о том, что затраты не будут слишком велики и не повлияют на выручку предприятия.

Чтобы убедиться в эффективности предложенных мероприятий, можно сделать следующие выводы:

1. Система мероприятий позволит объединить конкурентные позиции с одной из компаний-конкурентов, что приведет к росту конкурентоспособности предприятия.

2. Повышение уровня присутствия и интенсивности коммуникаций увеличит узнаваемость бренда и привлечет больше клиентов.

3. Позиционирование предприятия на целевых внешних рынках позволит расширить географию продаж и увеличить возможности для роста.

Таким образом, предложенная система мероприятий может принести ощутимый результат и обеспечить рост конкурентоспособности ООО «Olmaliq Gishtchisi».

1. Реализация проекта - это не только увеличение выручки и прибыли, но и повышение рентабельности предприятия в долгосрочной перспективе.

2. Проект может оказать положительное влияние на имидж компании и привлечь новых клиентов.

3. Успешная реализация проекта может стать стимулом для развития бизнеса и расширения деятельности компании.

В результате реализации проекта возможно:

- Увеличение выручки от реализации продукции или услуг
- Увеличение чистой прибыли и улучшение финансового положения компании
- Повышение рентабельности предприятия и улучшение его финансовых показателей
- Расширение деятельности компании и привлечение новых клиентов
- Улучшение имиджа компании и повышение ее конкурентоспособности на рынке
- Развитие бизнеса и поиск новых возможностей для роста и развития.

Реализация проекта требует значительных усилий и ресурсов, но может принести значительные преимущества и улучшить финансовое положение компании в долгосрочной перспективе.

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА  
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Обучающемуся:

<b>Группа</b>	<b>ФИО</b>
<b>Д-ЗБ82</b>	<b>Ахмаджонова Вазира Бахтиёр кизи</b>

<b>Школа</b>	<b>Школа инженерного предпринимательства</b>		
<b>Уровень образования</b>	бакалавриат	<b>Направление/ООП/ОПОП</b>	38.03.01 Экономика/ Экономика предприятий и организаций

**Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:**

<p>1. <i>Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения и т.д.)</li> <li>– опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы)</li> <li>– чрезвычайных ситуаций социального характера</li> </ul>	<p>Работа с использованием ПЭВМ (компьютерной техники) оказывает негативное воздействие на здоровье человека, а значит, является работой, связанной с вредными и (или) опасными условиями труда.</p>
--	--

<p>2. <i>Список законодательных и нормативных документов по теме</i></p>	<p>Трудовые отношения в Республике Узбекистан регулируются законодательством о труде, коллективными соглашениями, а также коллективными договорами и иными локальными нормативными актами. Законодательство о труде состоит из Кодекса, законов Республики Узбекистан и постановлений Олий Мажлиса, указов Президента Республики Узбекистан, законов Республики Каракалпакстан и постановлений Жокаргы Кенеса, постановлений Правительства Республики Узбекистан и Правительства Республики Каракалпакстан, решений других представительных и исполнительных органов государственной власти, принимаемых в пределах их компетенции.</p>
--	---

**Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:**

<p><i>Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>– системы организации труда и его безопасности;</li> <li>– развитие человеческих ресурсов через обучающие программы</li> </ul>	<p>Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p>
--	---

<p><i>и программы подготовки и повышения квалификации;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- системы социальных гарантий организации;</li> <li>- оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- корпоративные социальные программы;</li> <li>- стабильность выплаты заработной платы;</li> <li>- социальный пакет;</li> <li>- оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>
<p><i>1. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие охране окружающей среды;</li> <li>- взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>- спонсорство и корпоративная благотворительность;</li> <li>- ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров),</li> <li>- готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.</li> </ul>	<p>Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>- спонсорство и благотворительность;</li> <li>- ответственность перед потребителями услуг.</li> </ul>
<p><i>2. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ правовых норм трудового законодательства;</li> <li>- Анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов.</li> <li>- Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.</li> </ul>	<p>Анализ правовых норм трудового законодательства – ТК РУз;</p> <p>Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации – устав предприятия, приказы, договоры.</p>
<p><b>Перечень графического материала:</b></p>	
<p><i>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</i></p>	<p>Определение целей КСО  Определение стейкхолдеров программы  Определение элементов программы КСО  Затраты на мероприятия КСО  Оценка эффективности мероприятий КСО</p>

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
--	--

**Задание выдал консультант по разделу «Социальная ответственность»:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
доцент	Ермушко Ж.А.	к.э.н., доцент		

**Задание принял к исполнению обучающийся:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
Д-3Б82	Ахмаджонова Вазира Бахтиёр кизи		

## 4 Социальная ответственность

Традиционно понятие «корпоративная социальная ответственность» в самом широком смысле фиксирует то, что «крупный бизнес по своей природе имеет значительные социальные обременения и потому обязан участвовать в общественном развитии». Такое достаточно широкое толкование социальной ответственности приводит к неутихающим дискуссиям по поводу содержания и границ социально ориентированной деятельности бизнеса. Как отмечают многие исследователи, различия в подходах к определению и пониманию корпоративной социальной ответственности во многом обусловлены разными стратегическими целями, экономическими интересами, сложившимися национально-культурными стандартами социальной ответственности и специфическими для конкретной компании социальными и экономическими рисками. Сложность и многообразие внешнего окружения, в котором функционируют корпорации, приводят к большой вариативности реализуемых социальных проектов. В то же время реальные практики свидетельствуют о начавшемся процессе регламентации и институционализации КСО как в России, так и за рубежом. Произошло формирование, а затем и закрепление новых формальных и неформальных правил, этических норм ведения социально ответственного бизнеса на основе принципов устойчивого развития.

Понятие КСО включает:

- соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;
- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- ответственность организации перед партнерами;
- социальные аспекты взаимодействия с поставщиками и покупателями продукции и услуг;
- корпоративное развитие - проведение реструктуризации и

организационных изменений с участием представителей высшего менеджмента компаний, персонала и общественных организаций;

- здоровье и безопасность персонала на рабочем месте;
- ответственную политику в отношении работников, управление развитием персонала;
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат;
- экологическую ответственность, экологическую политику и использование природных ресурсов;
- взаимодействие с местными органами власти, государственными структурами и общественными организациями для решения общих социальных проблем;
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообществ;
- ответственность организации перед обществом в целом.

К основным направлениям институционализации КСО можно отнести:

- принятие нормативно-правовых актов, кодексов корпоративного поведения и профессиональной этики, регулирующих вопросы ответственности компании;
- разработку и принятие международных (Global Reporting Initiative) и российских стандартов оценки и отчетности по КСО;
- формирование институциональных структур, как в России, так и за рубежом, для продвижения принципов КСО;
- подготовку, сертификацию и аккредитацию специалистов в области КСО;
- концептуализацию принципов КСО в программных документах общественных организаций, профессиональных объединений, саморегулируемых организаций и др.;
- мониторинг рейтингов (ренкингов) компаний по КСО, значимых для

имиджа бизнеса, его репутации и преимуществ на рынке.

Основными направлениями социальной ответственности ООО «Olmaliq Gishtchisi» являются:

- забота о собственном персонале и их семьях;
- забота о качестве производимой продукции;
- забота об окружающей среде;
- благотворительность.

На сегодняшний день компания является одной из крупнейших в Узбекистане по производству кирпичей и ее деятельность влияет на экономику республики.

Выделим прямых и косвенных стейкхолдеров социальной ответственности ООО «Olmaliq Gishtchisi» в таблице 15.

Таблица 15 – Стейкхолдеры ООО «Olmaliq Gishtchisi»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1 сотрудники ООО «Olmaliq Gishtchisi»	1 Местные сообщества
2 Акционеры и инвесторы	2 Органы государственной власти
3 Текущие и потенциальные потребители продукции и услуг ООО «Olmaliq Gishtchisi»	3 Средства массовой информации
4 Деловые партнеры и поставщики	4 Другие компании

Структура стейкхолдеров ООО «Olmaliq Gishtchisi» является достаточно типичной – таблица 16. Наибольшее влияние на деятельность завода оказывают его конечные инвесторы.

Социальная политика - важная составляющая деятельности ООО «Olmaliq Gishtchisi», которой уделяется значительное внимание. Льготы, закрепленные политикой предприятия, дошкольные образовательные учреждения, оздоровительные лагеря, санаторий-профилакторий, возможность заниматься спортом и развивать таланты в многочисленных кружках, зоны отдыха.

Также в систему заводу входят объекты социально-культурного назначения, обеспечивающие инфраструктуру коллектива, деятельность которых получила особое развитие в годы независимости Узбекистана и

направлена на реализацию задач по обеспечению социальных нужд как трудящихся, так и города, и близлежащих районов в целом.

Таблица 16 – Структура программ КСО в разрезе основных стейкхолдеров

Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
Потребители	Ежегодно со стороны международного органа по сертификации СМК проводится надзорный аудит с целью определения соответствия системы требованиям международного стандарта.	Рост удовлетворенности потребителей, рост выручки
Акционеры и инвесторы	ООО «Olmaliq Gishtchisi» регулярно публикует информацию о финансовых результатах и основных событиях, а также анализирует мнение инвесторов и акционеров о деятельности Компании. Переводит бухгалтерский учет на международные стандарты финансовой отчетности.	Рост финансирования
Сотрудники	Конкурентоспособная заработная плата, социальные льготы, обеспечение прочих социальных потребностей (организация спортивных, культурно-массовых и лечебно-оздоровительных мероприятий), обучение	Рост производительности труда, снижение текучести кадров, рост удовлетворенности клиентов
Местные сообщества	Благотворительность спонсорство: помощь ветеранам, ремонт оздоровительных учреждений и дошкольного образования, благоустройство территорий присутствия.	Улучшение имиджа компании. Формирование благоприятной среды деятельности
Органы власти	Принимает участие в работе консультативных и иных рабочих органов, Комиссий при Президенте РУз.	Формирование благоприятной среды деятельности
Деловые партнеры и поставщики	ООО «Olmaliq Gishtchisi» проводит закупки в соответствии со специальной политикой Компании, разработанной согласно требованиям регулирующих органов и направленной на эффективное использование денежных средств, повышение конкуренции и прозрачности. Равный доступ к закупочным процедурам реализуется через установление равных конкурентных возможностей и единых правил для всех участников процедуры закупки до начала ее проведения.	Формирование благоприятной среды деятельности

Социальный блок представляет Управление социальных объектов. В его структуре находятся 16 дошкольных образовательных учреждений (ДОУ), которые посещают более 3 000 детей. Сотрудниками дошкольных

образовательных учреждений ведется постоянная работа по воспитанию гармонично-развитого поколения.

На период летнего оздоровительного сезона в зонах отдыха ООО «Olmaliq Gishtchisi» установлена плата за путёвки:

- работникам и неработающим пенсионерам завода в размере 30% от стоимости путевки;
- членам семьи (муж, жена, дети до 16-ти лет или старше при условии обучения в колледжах, лицеях, институтах на очном отделении) в размере 50% от стоимости путевки;
- детям в возрасте до 5-ти лет - бесплатно (без предоставления койко-места, питания и отдельного места в транспорте).

ООО «Olmaliq Gishtchisi» выделяет за счёт средств предприятия денежные средства согласно ежегодно утверждаемым сметам на укрепление материально-технической базы и организацию спортивных, культурно-массовых и лечебно-оздоровительных мероприятий (табл.17)

Таблица 17 – Затраты на мероприятия КСО

Мероприятие	Единица измерения	Цена, млн. сум.	Сумма, млн. сум.
Инвестиции в промышленную безопасность	млн. сум.	265,2	265,2
Природоохранная деятельность	млн. сум.	229,9	229,9
Обучение персонала	млн. сум.	86,3	86,3
Осуществление благотворительной и спонсорской помощи	млн. сум.	44,8	44,8
Организация детского отдыха	млн. сум.	441,9	441,9
Затраты на организацию спортивных, культурно-массовых и лечебно-оздоровительных мероприятий сотрудников	млн. сум.	273,5	273,5
Итого	млн. сум	1341,6	1341,6

Таким образом, можно сделать вывод, что в ООО «Olmaliq Gishtchisi» действует комплексная программа корпоративной социальной ответственности, которая направлена как на мотивацию персонала, так и на формирование положительного имиджа компании в глазах общественности.

Кроме того, в рамках программы социальной ответственности предлагаются платные услуги, что вносит вклад в повышение финансовых результатов.

## **Заключение**

Конкурентоспособность предприятия - способность эффективно функционировать при ограниченных ресурсах. Ключевой фактор - использование инновационных технологий. Необходимо учитывать внешние факторы.

Для конкурентоспособности нужно анализировать факторы успеха, разрабатывать эффективную стратегию. Оценка конкурентоспособности может включать рейтинг, долю рынка, SWOT-анализ и другие методы.

Отсутствие единой методики оценки конкурентоспособности приводит к проблемам в определении её уровня. Методы оценки включают построение рейтинга и расчет доли рынка.

Методы оценки конкурентоспособности компании на внешнем рынке: выявление преимуществ, матричный метод, SWOT-анализ. Выбор метода зависит от целей и задач компании.

ООО «Olmaliq Gishtchisi» имеет сложную структуру, сочетающую линейную и функциональную структуры. Командные связи эффективны, но управление имеет особенности - функциональные звенья не имеют административной власти над нижестоящими руководителями и исполнителями.

По производству керамического кирпича одно из ведущих промышленных предприятий в Узбекистане является лидером. С помощью использования новейших технологий и автоматизации производства, завод может выпускать до 30 миллионов штук высококачественного и экологически чистого кирпича ежегодно с помощью всего лишь 98 сотрудников. С партнерами и клиентами в различных регионах Узбекистана и городах Казахстана, таких как, Астана, Кызылорда, Шымкент, Туркестан, Жетису и других, предприятие успешно работает на рынке поставок кирпича.

ООО «Olmaliq Gishtchisi» имеет рациональную организационную структуру, что позволяет эффективно распределять ресурсы и

сосредоточиться на задачах. Все работники хорошо знакомы с законами, что способствует гармонии в работе.

По представленным данным можно сделать вывод, что чистая выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг) анализируемого промышленного предприятия ООО «Olmaliq Gishtchisi» в рассмотренном периоде увеличилась с 348949 тыс. сум в 2021 году до 455064 тыс. сум в 2022 году, то есть на 106115 тыс. сум или на 23,3%. Прибыль от основной деятельности увеличилась с 100294 тыс. сум в 2021 году до 166960 тыс. сум в 2022 году, то есть на 66666 тыс. сум или на 36,92%.

Чистая прибыль отчетного периода увеличилась с 88259 тыс. сум в 2021 году до 146925 тыс. сум в 2022 году, то есть на 58666 тыс. сум или на 39,93%. Налог на прибыли также в анализируемом периоде увеличился с 12035 тыс. сум в 2021 году до 20035 тыс. сум в 2022 году, то есть на 8000 тыс. сум или на 39,9%.

PEST-анализ выявил факторы внешней среды, влияющие на ООО «Olmaliq Gishtchisi», такие как уровень жизни, производство, налоги и инвестиции. Ключевыми факторами успешного развития являются новые технологии, научно-технический прогресс и информационная обеспеченность.

Важно следить за изменениями в политической обстановке, чтобы сохранить стабильность предприятия. SWOT-анализ помогает выявить сильные и слабые стороны компании, а также потенциальные возможности и угрозы на рынке.

Компания ООО «Olmaliq Gishtchisi» предлагает качественную продукцию с широким выбором цветов, превышающую ассортимент конкурентов. Компания постоянно работает над улучшением качества продукции, сохраняя свою позицию на рынке.

SWOT-анализ помогает определить преимущества и недостатки компании и внести изменения в бизнес-процессы. ООО «Olmaliq Gishtchisi»

опережает конкурентов и может повысить конкурентоспособность, сосредоточив ресурсы в отрасли.

Компания имеет планы для роста и конкурентоспособна на рынке.

ООО «Olmaliq Gishtchisi» сталкивается с проблемой ограниченного доступа к зарубежным рынкам и недостаточной производственной гибкости. Для повышения конкурентоспособности необходимо решать эти проблемы. Важным шагом может стать объединение усилий с конкурентами для расширения рынка сбыта и привлечения новых потребителей.

Предлагаем скорректировать стратегические цели компании, чтобы открыть новые перспективы развития и возможности для улучшения существующего положения дел. Ниже приводим список этих целей:

- Развитие новых экологически эффективных продуктов для потребителей.
- Расширение географии присутствия на мировом рынке.
- Улучшение качества жизни сотрудников и создание безопасной и удобной рабочей среды.
- Повышение эффективности производства и сокращение негативного воздействия на окружающую среду.
- Развитие новых технологий и инновационных решений для улучшения наших процессов и продуктов.

Для повышения конкурентоспособности ООО «Olmaliq Gishtchisi» важно расширить доступ к зарубежным рынкам и повысить производственную гибкость. Аутсорсинг может помочь сэкономить на выполнении работ.

ITECH.group - надежный партнер на рынке аутсорсинга с выгодным соотношением цены и качества услуг. Результаты проекта показывают увеличение оборота и рентабельности предприятия.

ITECH.group - опытная и профессиональная компания, гарантирующая успех в бизнесе.

Предложенная система мероприятий может принести ощутимый результат

и обеспечить рост конкурентоспособности ООО «Olmaliq Gishtchisi».

1. Реализация проекта - это не только увеличение выручки и прибыли, но и повышение рентабельности предприятия в долгосрочной перспективе.

2. Проект может оказать положительное влияние на имидж компании и привлечь новых клиентов.

3. Успешная реализация проекта может стать стимулом для развития бизнеса и расширения деятельности компании.

В результате реализации проекта возможно:

- Увеличение выручки от реализации продукции или услуг;
- Увеличение чистой прибыли и улучшение финансового положения компании;
- Повышение рентабельности предприятия и улучшение его финансовых показателей;
- Расширение деятельности компании и привлечение новых клиентов;
- Улучшение имиджа компании и повышение ее конкурентоспособности на рынке;
- Развитие бизнеса и поиск новых возможностей для роста и развития.

Реализация проекта требует значительных усилий и ресурсов, но может принести значительные преимущества и улучшить финансовое положение компании в долгосрочной перспективе.

Внедрение предлагаемых мероприятий позволит значительно увеличить оборот предприятия и повысить его рентабельность. Можно сделать вывод о положительном экономическом эффекте от этих изменений, так как затраты в размере 4 508 736 сум. привели к увеличению оборота на 5 460 956 тыс. сум.

При этом, осуществление проекта приведет к росту выручки от реализации и увеличению чистой прибыли. Это несомненно даст новый толчок развитию предприятия и укреплению его позиций на рынке.

ООО «Olmaliq Gishtchisi» может добиться роста конкурентоспособности благодаря предложенной системе мероприятий. Экономический эффект является положительным, что подтверждается проведенным анализом.

Срок окупаемости составляет 10 месяцев, что говорит о том, что затраты не будут слишком велики и не повлияют на выручку предприятия.

## Список использованных источников

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О защите конкуренции // Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Бухалков М. Маркетинг: учебник. М: Маркетинг, – 2020. – 430 с.
3. Дулисова И.Л. Конкурентоспособность фирмы и конкурентоспособность товара. - Текст: электронный //www. marketing.spb.ru/art451 (дата обращения 18.04.2023).
4. Ковалев А. И., Войленко В. В. Маркетинговый анализ. М.: Центр экономики и маркетинга, – 2020. – 209 с.
5. Козицын А.А. Конкурентоспособность и экономическая безопасность - приоритетные задачи металлургического комплекса региона и его лидеров в условиях нестабильности / А.А. Козицын, М.В. Дудинская // Экономика региона. – 2019. – № 3(43).
6. Котлер Ф. Маркетинговая деятельность фирмы. М.: Росинтер, – 2018. – 450 с.
7. Лысенко М.В. Конкурентоспособность как условие развития предприятия [Электронный ресурс] / М.В. Лысенко. - Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/pdf/0253.pdf> (дата обращения 11.04.2023).
8. Ляндау Ю. В., Пономарев М.А. Ресторанный бизнес: инновации и менеджмент. М.: Триада, – 2018. – 87 с.
9. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / М. И. Плотницкий [и др.]; под общ. ред. М. И. Плотницкого. Минск: Современная школа, – 2021. – 325 с.
10. Мокронос А. Г. Конкуренция и конкурентоспособность : учебное пособие / А. Г. Мокронос, И. Н. Маврина. Екатеринбург : Изд-во Урал унта, – 2021. – 280 с.
11. Мхитарян С. В. Отраслевой маркетинг. М.: Эксмо, – 2020. – 24-74 с.

12. Олькова М. А. Конкурентоспособность как объект управления / М.А. Олькова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – №8.
13. Официальный сайт ITECH.: [сайт].- URL: [https://itech-group.ru/?utm\\_source=ratingruneta.ru&utm\\_medium=paid-referral&utm\\_campaign=web-null-line](https://itech-group.ru/?utm_source=ratingruneta.ru&utm_medium=paid-referral&utm_campaign=web-null-line) (дата обращения: 04.05.2023).
14. Оценка эффективности предложенных мероприятий: [сайт]. - URL: <https://sites.google.com/site/mariamashoshinargb/3-strategiceskij-analiz/3-2-ocenka-effektivnosti-predlozennyh-meropriatij> (дата обращения: 04.05.2023).
15. Пешкова Е. П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. М.: «Ось», – 2021. – 561 с.
16. Портер М.Е. Конкурентное преимущество. М.: Альпина Бизнес Букс, – 2019. – 27 с.
17. Портер М.Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / Портер М.Е. Москва: Альпина Пабл., – 2019. – 540 с.
18. Потапова И.И. Понятие конкурентоспособности предприятия и основные факторы ее обеспечения в строительной отрасли / И.И. Потапова, Б.В. Волков - Вестник МГСУ. – 2019. Т.12. – № 12 (110).
19. Рубец, А.А. Проблемы повышения конкурентоспособности и структурной перестройки пищевой промышленности / А.А. Рубец // Белорусская экономика : анализ, прогноз, регулирование. – 2019. – №7.
20. Рубин Ю. Б. Конкурентные позиции участников рынка в конкурентной среде // Современная конкуренция. – 2022. – № 2 (44).
21. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. – 2021. – 584 с.
22. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М.: «Эскиммо», – 2021, – 13 с.
23. Сысоева Е. Типология конкурентных стратегий предприятия / Е. Сысоева // Предпринимательство. – 2022. – № 2.

24. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: ИНФРА - М, – 2019. – 510 с.
25. Фатхутдинов Р.А. Оценка конкурентоспособности / Р.А. Фатхутдинов // Промышленность России. – 2021. – № 3.
26. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновация. Конкурентоспособность. М. : ЮНИТИ-ДАНА, – 2020, – 48 с.
27. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование. Пер. с англ. В. Шагоян / Г. Хулей, Д. Сондерс, Н. Пирси. - Днепропетровск: Бизнес-букс, – 2020. – 360 с.
28. Шабалина Л.В., Апанасенко А.В. Оценка конкурентоспособности некоторых стран СНГ // Модернизация российской экономики. Прогнозы и реальность: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, – 2020.
29. Шавкун Г.А., Костенко Ю.В. Оценка инновационной составляющей конкурентоспособности Российской Федерации //Сборник материалов V Международной научно-практической конференции «Инновационные перспективы Донбасса», 21-23 мая. Т.6: Актуальные проблемы инновационного развития экономики Донбасса. - Донецк: ДОННТУ, – 2019. – 318 с.

Приложение А

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2021 г.

		Форма N 1 по ОКУД	
Предприятия, организация	OLMALIQ GISHTCHISI MAS ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYATI	по ОКПО	18352107
Отрасль	Строительство	по ОКЭД	23320
Организационно-правовая форма	Полные товарищества	по КОПФ	1153
Форма собственности	Смешанная	по КФС	163
Министерства, ведомства и другие	АК "Узстройматериалы"	по СООГУ	07154
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	203914760
Территория	ТОШКЕНТ ВИЛОЯТИ ОЛМАЛИҚ шаҳри	СОАТО	1727404
Адрес:	МУСТАКИЛЛИК 6	Дата высылки	
Единица измерения, тыс. сум.		Дата получения	
		Срок представления	

Бухгалтерский баланс - форма № 1	Единица измерения, тыс. сум.		
Наименование показателя	Код стр	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>Актив</b>			
<b>I. Долгосрочные активы</b>			
<b>Основные средства:</b>			
Первоначальная (восстановительная) стоимость (0100, 0300)	010	785 994	835 687
Сумма износа (0200)	011	401066	553 948
Остаточная (балансовая) стоимость (стр. 010-011)	012	384 928	281 739
<b>Нематериальные активы:</b>			
Первоначальная стоимость (0400)	020	0	0
Сумма амортизации (0500)	021	0	0
Остаточная (балансовая) стоимость (стр. 020-021)	022	0	0
Долгосрочные инвестиции, всего (стр.040+050+060+070+080), в том числе:	030	0	0
Ценные бумаги (0610)	040	0	0
Инвестиции в дочерние хозяйственные общества (0620)	050	0	0
Инвестиции в зависимые хозяйственные общества (0630)	060	0	0
Инвестиции в предприятие с иностранным капиталом (0640)	070	0	0
Прочие долгосрочные инвестиции (0690)	080	0	0
Оборудование к установке (0700)	090	0	0
Капитальные вложения (0800)	100	0	0
Долгосрочная дебиторская задолженность (0910, 0920, 0930, 0940)	110	0	0
Долгосрочные отсроченные расходы (0950, 0960, 0990)	120	0	0
Итого по разделу I (стр. 012+022+030+090+100+110+120)	130	384 928	281 739
<b>II. Текущие активы</b>			
Товарно-материальные запасы, всего (стр.150+160+170+180), в том числе:	140	30 519	30 212
Производственные запасы (1000, 1100, 1500, 1600)	150	8 275	13 711
Незавершенное производство (2000, 2100, 2300, 2700)	160	0	0
Готовая продукция (2800)	170	17 241	16 501
Товары (2900 за минусом 2980)	180	5 003	0
Расходы будущих периодов (3100)	190	0	0
Отсроченные расходы (3200)	200	0	0
Дебиторы, всего (стр.220+240+250+260+270+280+290+300+310)	210	0	0
из нее: просроченная*	211	0	0
Задолженность покупателей и заказчиков (4000 за минусом 4900)	220	0	0
Задолженность обособленных подразделений (4110)	230	0	0
Задолженность дочерних и зависимых хозяйственных обществ (4120)	240	0	0
Авансы, выданные персоналу (4200)	250	0	0
Авансы, выданные поставщикам и подрядчикам (4300)	260	0	0
Авансовые платежи по налогам и другим обязательным платежам в бюджет (4400)	270	0	0
Авансовые платежи в государственные целевые фонды и по страхованию (4500)	280	0	0
Задолженность учредителей по вкладам в уставный капитал (4600)	290	0	0
Задолженность персонала по прочим операциям (4700)	300	0	0
Прочие дебиторские задолженности (4800)	310	0	0
Денежные средства, всего (стр.330+340+350+360), в том числе:	320	37 554	30 952
Денежные средства в кассе (5000)	330	0	0
Денежные средства на расчетном счете (5100)	340	32 439	29 186
Денежные средства в иностранной валюте (5200)	350	0	0
Прочие денежные средства и эквиваленты (5500, 5600, 5700)	360	5 115	1765.9
Краткосрочные инвестиции (5800)	370	0	0
Прочие текущие активы (5900)	380	0	0
Итого по разделу II (стр. 140+190+200+210+320+370+380)	390	68 073	61 164
Всего по активу баланса (стр.130+стр.390)	400	453 001	342 903

<b>Пассив</b>			
<b>I. Источники собственных средств</b>			
Уставный капитал (8300)	410	21155	21155
Добавленный капитал (8400)	420	0	0
Резервный капитал (8500)	430	2 370	2370
Выкупленные собственные акции (8600)	440	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) (8700)	450	375 582	302 877
Целевые поступления (8800)	460	0	0
Резервы предстоящих расходов и платежей (8900)	470	0	0
Итого по разделу I (стр.410+420+430-440+450+460+470)	480	399 107	326 402
<b>II. Обязательства</b>			
Долгосрочные обязательства, всего (стр.500+520+530+540+550+560+570+580+590)	490	0	0
в том числе: долгосрочная кредиторская задолженность (стр.500+520+540+560+590)	491	0	0
Долгосрочная задолженность поставщикам и подрядчикам (7000)	500	0	0
Долгосрочная задолженность обособленным подразделениям (7110)	510	0	0
Долгосрочная задолженность дочерним и зависимым хозяйственным обществам (7120)	520	0	0
Долгосрочные отсроченные доходы (7210, 7220, 7230)	530	0	0
Долгосрочные отсроченные обязательства по налогам и другим обязательным платежам (7240)	540	0	0
Прочие долгосрочные отсроченные обязательства (7250, 7290)	550	0	0
Авансы, полученные от покупателей и заказчиков (7300)	560	0	0
Долгосрочные банковские кредиты (7810)	570	0	0
Долгосрочные займы (7820, 7830, 7840)	580	0	0
Прочие долгосрочные кредиторские задолженности (7900)	590	0	0
Текущие обязательства, всего (стр.610+630+640+650+660+670 +680+690+700+710+720+730+740+750+760)	600	53 894	16 501
в том числе: текущая кредиторская задолженность (стр.610+630+650+670+680+690+700+710+720+760)	601	53 894	16 501
из нее: просроченная текущая кредиторская задолженность*	602	0	0
Задолженность поставщикам и подрядчикам (6000)	610	10 387	5 302
Задолженность обособленным подразделениям (6110)	620	0	0
Задолженность дочерним и зависимым хозяйственным обществам (6120)	630	0	0
Отсроченные доходы (6210, 6220, 6230)	640	0	0
Отсроченные обязательства по налогам и другим обязательным платежам (6240)	650	0	0
Прочие отсроченные обязательства (6250, 6290)	660	0	0
Полученные авансы (6300)	670	0	0
Задолженность по платежам в бюджет (6400)	680	5 998	6 491
Задолженность по страхованию (6510)	690	4 328	4 708
Задолженность по платежам в государственные целевые фонды (6520)	700	0	0
Задолженность учредителям (6600)	710	0	0
Задолженность по оплате труда (6700)	720	33 181	0
Краткосрочные банковские кредиты (6810)	730	0	0
Краткосрочные займы (6820, 6830, 6840)	740	0	0
Текущая часть долгосрочных обязательств (6950)	750	0	0
Прочие кредиторские задолженности (6900 кроме 6950)	760	0	0
Итого по разделу II (стр.490+600)	770	53 894	16 501
Всего по пассиву баланса (стр.480+770)	780	453 001	342 903

Отчет о финансовых результатах за 2021 г.

Предприятия, организация	OLMALIQ GISHTCHISI MAS ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYATI	по ОКПО	18352107
Отрасль	Строительство	по ОКЭД	23320
Организационно-правовая форма	Полные товарищества	по КОПФ	1153
Форма собственности	Смешанная	по КФС	163
Министерства, ведомства и другие	АК "Узстройматериалы"	по СООГУ	07154
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	203914760
Территория	ТОШКЕНТ ВИЛОЯТИ ОЛМАЛИҚ шаҳри	СОАТО	1727404
Адрес:	МУСТАКИЛЛИК 6	Дата высылки	
Единица измерения, тыс. сум.		Дата получения	
		Срок представления	

Наименование показателя	Код строки	За соответствующий период прошлого года		За отчетный период	
		Доходы (прибыль)	Расходы (убытки)	Доходы (прибыль)	Расходы (убытки)
1	2	3	4	5	6
Чистая выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг)	010	348 949	x	455064	x
Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ и услуг)	020	x	236 879	x	278 037
Валовая прибыль (убыток) от реализации продукции (товаров, работ и услуг) (стр.010-020)	030	112 070	0	177 027	0
Расходы периода, всего (стр.050+060+070+080), в том числе:	040	x	11776	x	10 067
Расходы по реализации	050	x		x	
Административные расходы	060	x	11776	x	10 067
Прочие операционные расходы	070	x		x	
Расходы отчетного периода, вычитаемые из налогооблагаемой прибыли в будущем	080	x		x	
Прочие доходы от основной деятельности	090		x		x
Прибыль (убыток) от основной деятельности (стр.030-040+090)	100	100 294	0	166 960	0
Доходы от финансовой деятельности, всего (стр.120+130+140+150+160), в том числе:	110	0	x	0	x
Доходы в виде дивидендов	120		x		x
Доходы в виде процентов	130		x		x
Доходы от финансовой аренды	140		x		x
Доходы от валютных курсовых разниц	150		x		x
Прочие доходы от финансовой деятельности	160		x		x
Расходы по финансовой деятельности (стр.180+190+200+210), в том числе:	170	x	0	x	0
Расходы в виде процентов	180				
Расходы в виде процентов по финансовой аренде	190	x		x	
Убытки от валютных курсовых разниц	200	x		x	
Прочие расходы по финансовой деятельности	210	x		x	
Прибыль (убыток) от общехозяйственной деятельности (стр.100+110-170)	220	100 294	0	166 960	0
Чрезвычайные прибыли и убытки	230				
Прибыль (убыток) до уплаты налога на прибыль (стр.220+/-230)	240	100 294	0	166 960	0
Налог на прибыль	250	x	12 035	x	20 035
Прочие налоги и другие обязательные платежи от прибыли	260	x		x	
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр.240-250-260)	270	88 259	0	146 925	0

Приложение В

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2022 г.

		Форма N 1 по ОКУД	
Предприятия, организация	OLMALIQ GISHTCHISI MAS ULIYATI CHEKLANGAN JAMIYATI	по ОКПО	18352107
Отрасль	Строительство	по ОКЭД	23320
Организационно-правовая форма	Полные товарищества	по КОПФ	1153
Форма собственности	Смешанная	по КФС	163
Министерства, ведомства и другие	АК "Узстройматериалы"	по СООГУ	07154
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	203914760
Территория	ТОШКЕНТ ВИЛОЯТИ ОЛМАЛИҚ шаҳри	СОАТО	1727404
Адрес:	МУСТАКИЛЛИК 6	Дата высылки	
Единица измерения, тыс. сум.		Дата получения	
		Срок представления	

Наименование показателя	Код стр	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>Актив</b>			
<b>I. Долгосрочные активы</b>			
<b>Основные средства:</b>			
Первоначальная (восстановительная) стоимость (0100, 0300)	010	835 687	835 687
Сумма износа (0200)	011	553 948	634 560
Остаточная (балансовая) стоимость (стр. 010-011)	012	281 739	201 127
<b>Нематериальные активы:</b>			
Первоначальная стоимость (0400)	020	0	0
Сумма амортизации (0500)	021	0	0
Остаточная (балансовая) стоимость (стр. 020-021)	022	0	0
Долгосрочные инвестиции, всего (стр.040+050+060+070+080), в том числе:	030	0	0
Ценные бумаги (0610)	040	0	0
Инвестиции в дочерние хозяйственные общества (0620)	050	0	0
Инвестиции в зависимые хозяйственные общества (0630)	060	0	0
Инвестиции в предприятие с иностранным капиталом (0640)	070	0	0
Прочие долгосрочные инвестиции (0690)	080	0	0
Оборудование к установке (0700)	090	0	0
Капитальные вложения (0800)	100	0	0
Долгосрочная дебиторская задолженность (0910, 0920, 0930, 0940)	110	0	0
Долгосрочные отсроченные расходы (0950, 0960, 0990)	120	0	0
Итого по разделу I (стр. 012+022+030+090+100+110+120)	130	281 739	201 127
<b>II. Текущие активы</b>			
Товарно-материальные запасы, всего (стр.150+160+170+180), в том числе:	140	30 212	35 456
Производственные запасы (1000, 1100, 1500, 1600)	150	13 711	16 503
Незавершенное производство (2000, 2100, 2300, 2700)	160	0	0
Готовая продукция (2800)	170	16 501	18 953
Товары (2900 за минусом 2980)	180	0	0
Расходы будущих периодов (3100)	190	0	0
Отсроченные расходы (3200)	200	0	0
Дебиторы, всего (стр.220+240+250+260+270+280+290+300+310)	210	0	86 850
из нее: просроченная*	211	0	0
Задолженность покупателей и заказчиков (4000 за минусом 4900)	220	0	86 850
Задолженность обособленных подразделений (4110)	230	0	0
Задолженность дочерних и зависимых хозяйственных обществ (4120)	240	0	0
Авансы, выданные персоналу (4200)	250	0	0
Авансы, выданные поставщикам и подрядчикам (4300)	260	0	0
Авансовые платежи по налогам и другим обязательным платежам в бюджет (4400)	270	0	0
Авансовые платежи в государственные целевые фонды и по страхованию (4500)	280	0	0
Задолженность учредителей по вкладам в уставный капитал (4600)	290	0	0
Задолженность персонала по прочим операциям (4700)	300	0	0
Прочие дебиторские задолженности (4800)	310	0	0
Денежные средства, всего (стр.330+340+350+360), в том числе:	320	30 952	23 080
Денежные средства в кассе (5000)	330	0	0
Денежные средства на расчетном счете (5100)	340	29 186	21 812
Денежные средства в иностранной валюте (5200)	350	0	0
Прочие денежные средства и эквиваленты (5500, 5600, 5700)	360	1 766	1 268
Краткосрочные инвестиции (5800)	370	0	0
Прочие текущие активы (5900)	380	0	0
Итого по разделу II (стр. 140+190+200+210+320+370+380)	390	61 164	145 386
Всего по активу баланса (стр.130+стр.390)	400	342 903	346 513

<b>Пассив</b>			
<b>I. Источники собственных средств</b>			
Уставный капитал (8300)	410	21155	21155
Добавленный капитал (8400)	420	0	0
Резервный капитал (8500)	430	2 370	2370
Выкупленные собственные акции (8600)	440	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) (8700)	450	302 877	302 877
Целевые поступления (8800)	460	0	0
Резервы предстоящих расходов и платежей (8900)	470	0	0
Итого по разделу I (стр.410+420+430-440+450+460+470)	480	326 402	326 402
<b>II. Обязательства</b>			
Долгосрочные обязательства, всего (стр.500+520+530+540+550+560+570+580+590)	490	0	0
в том числе: долгосрочная кредиторская задолженность (стр.500+520+540+560+590)	491	0	0
Долгосрочная задолженность поставщикам и подрядчикам (7000)	500	0	0
Долгосрочная задолженность обособленным подразделениям (7110)	510	0	0
Долгосрочная задолженность дочерним и зависимым хозяйственным обществам (7120)	520	0	0
Долгосрочные отсроченные доходы (7210, 7220, 7230)	530	0	0
Долгосрочные отсроченные обязательства по налогам и другим обязательным платежам (7240)	540	0	0
Прочие долгосрочные отсроченные обязательства (7250, 7290)	550	0	0
Авансы, полученные от покупателей и заказчиков (7300)	560	0	0
Долгосрочные банковские кредиты (7810)	570	0	0
Долгосрочные займы (7820, 7830, 7840)	580	0	0
Прочие долгосрочные кредиторские задолженности (7900)	590	0	0
Текущие обязательства, всего (стр.610+630+640+650+660+670 +680+690+700+710+720+730+740+750+760)	600	16 501	20 111
в том числе: текущая кредиторская задолженность (стр.610+630+650+670+680+690+700+710+720+760)	601	16 501	20 111
из нее: просроченная текущая кредиторская задолженность*	602	0	0
Задолженность поставщикам и подрядчикам (6000)	610	5 302	7 935
Задолженность обособленным подразделениям (6110)	620	0	0
Задолженность дочерним и зависимым хозяйственным обществам (6120)	630	0	0
Отсроченные доходы (6210, 6220, 6230)	640	0	0
Отсроченные обязательства по налогам и другим обязательным платежам (6240)	650	0	0
Прочие отсроченные обязательства (6250, 6290)	660	0	0
Полученные авансы (6300)	670	0	0
Задолженность по платежам в бюджет (6400)	680	6 491	7 864
Задолженность по страхованию (6510)	690	4 708	4 312
Задолженность по платежам в государственные целевые фонды (6520)	700	0	0
Задолженность учредителям (6600)	710	0	0
Задолженность по оплате труда (6700)	720	0	0
Краткосрочные банковские кредиты (6810)	730	0	0
Краткосрочные займы (6820, 6830, 6840)	740	0	0
Текущая часть долгосрочных обязательств (6950)	750	0	0
Прочие кредиторские задолженности (6900 кроме 6950)	760	0	0
Итого по разделу II (стр.490+600)	770	16 501	20 111
Всего по пассиву баланса (стр.480+770)	780	342 903	346 513

Отчет о финансовых результатах за 2021 г

Предприятия, организация	OLMALIQ GISHTCHISI MAS ULİYATI SHEKLANGAN JAMIYATI	по ОКПО	18352107
Отрасль	Строительство	по ОКЭД	23320
Организационно-правовая форма	Полные товарищества	по КОПФ	1153
Форма собственности	Смешанная	по КФС	163
Министерства, ведомства и другие	АК "Узстройматериалы"	по СООГУ	07154
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	203914760
Территория	ТОШКЕНТ ВИЛОЯТИ ОЛМАЛИҚ шаҳри	СОАТО	1727404
Адрес:	МУСТАКИЛЛИК 6	Дата высылки	
Единица измерения, тыс. сум.		Дата получения	
		Срок представления	

Наименование показателя	Код строки	За соответствующий период прошлого года		За отчетный период	
		Доходы (прибыль)	Расходы (убытки)	Доходы (прибыль)	Расходы (убытки)
1	2	3	4	5	6
Чистая выручка от реализации продукции (товаров, работ и услуг)	010	455 064	x	329 751	x
Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ и услуг)	020	x	278 037	x	231 352
Валовая прибыль (убыток) от реализации продукции (товаров, работ и услуг) (стр.010-020)	030	177 027	0	98 399	0
Расходы периода, всего (стр.050+060+070+080), в том числе:	040	x	10 067	x	8 831
Расходы по реализации	050	x		x	
Административные расходы	060	x	10 067	x	8 831
Прочие операционные расходы	070	x		x	
Расходы отчетного периода, вычитаемые из налогооблагаемой прибыли в будущем	080	x		x	
Прочие доходы от основной деятельности	090		x		x
Прибыль (убыток) от основной деятельности (стр.030-040+090)	100	166 960	0	89 568	0
Доходы от финансовой деятельности, всего (стр.120+130+140+150+160), в том числе:	110	0	x	0	x
Доходы в виде дивидендов	120		x		x
Доходы в виде процентов	130		x		x
Доходы от финансовой аренды	140		x		x
Доходы от валютных курсовых разниц	150		x		x
Прочие доходы от финансовой деятельности	160		x		x
Расходы по финансовой деятельности (стр.180+190+200+210), в том числе:	170	x	0	x	0
Расходы в виде процентов	180				
Расходы в виде процентов по финансовой аренде	190	x		x	
Убытки от валютных курсовых разниц	200	x		x	
Прочие расходы по финансовой деятельности	210	x		x	
Прибыль (убыток) от общехозяйственной деятельности (стр.100+110-170)	220	166 960	0	89 568	0
Чрезвычайные прибыли и убытки	230				
Прибыль (убыток) до уплаты налога на прибыль (стр.220+/-230)	240	166 960	0	89 568	0
Налог на прибыль	250	x	20 035	x	13 435
Прочие налоги и другие обязательные платежи от прибыли	260	x		x	
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (стр.240-250-260)	270	146 925	0	76 133	0