



СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УЗБЕКИСТАНЕ

Олимов Анваржон Атамирзаевич

Ташкентский международный университет "Кимё"

Аннотация. Данная статья посвящена анализу вопросов, связанных с повышением конкурентоспособности текстильных предприятий. Она также рассматривает этапы оценки конкурентоспособности товара, которые включают в себя анализ потребностей и требований покупателей, анализ характеристик и качества товара, сравнение с конкурентами на рынке, анализ цены товара и маржи. Исследование данных аспектов позволяет предприятиям определить факторы, которые могут повлиять на их конкурентоспособность и разработать эффективные стратегии для достижения успешной позиции на рынке текстильной продукции.

Ключевые слова: концентрация, потребительская стоимость, потребительская цена, национальные стандарты, промышленность, инновационный менеджмент, сравнение, технология, сырье, товар, предприятие, фирма, конкурентоспособность.

STRATEGIES TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF TEXTILE ENTERPRISES IN UZBEKISTAN

Olimov Anvarzhon Atamirzaevich

Tashkent International University "Kimyo"

Annotation. The article analyzes the issues of increasing the competitiveness of textile enterprises. Also, the assessment of the competitiveness of products is carried out in several stages, including an analysis of the needs and requirements of customers, an analysis of the characteristics and quality of products, comparison with analogues on the market, an analysis of the price and margin of products.

Key words: concentration, consumer value, consumer price, national standards, industry, innovation management, comparison, technology, raw materials, product, enterprise, firm, competitiveness.

Введение.

Текстильная и легкая промышленность играют важную роль в экономике многих стран, обеспечивая не только внутренний рынок, но и создавая возможности для экспорта и привлечения иностранных инвестиций.

Удовлетворение потребностей населения в качественных текстильных изделиях является основным аспектом развития данной отрасли.

Потребители все более требовательны к качеству и дизайну текстильной продукции, поэтому компании должны постоянно совершенствовать свои технологии и методы производства, чтобы удовлетворять эти требования.

Одновременно с этим, повышение экспортного потенциала текстильной отрасли имеет большое значение для развития экономики страны.

Расширение экспортного рынка способствует росту производства, созданию новых рабочих мест и привлечению внешних инвестиций. Для достижения этой цели необходимо продвигать высококачественную продукцию на международном рынке, участвовать в международных выставках и конференциях, а также разрабатывать маркетинговые стратегии и программы по продвижению.

Использование инновационных методов управления и повышение эффективности управления инновациями и инвестициями помогут текстильным предприятиям стать более конкурентоспособными.

Внедрение новых технологий, автоматизация производства, разработка инновационных материалов и дизайнов могут дать преимущество на рынке. Кроме того, эффективное управление инвестициями позволит привлечь необходимые средства для модернизации и развития отрасли.

Совершенствование системы управления качеством продукции является ключевым аспектом в текстильной отрасли. Стандарты качества, сертификация и контроль процессов производства позволяют обеспечить соответствие продукции требованиям рынка и удовлетворить потребности потребителей.

Важной задачей также является создание благоприятных условий для повышения кадрового потенциала отрасли. Образование, подготовка и повышение квалификации работников текстильной промышленности способствуют развитию индустрии и повышению производительности. При этом необходимо уделить внимание и привлечению молодых специалистов, чтобы обеспечить непрерывное развитие отрасли в будущем.

В привлечении инвестиций в текстильную отрасль также важна создание благоприятного инвестиционного климата. Это может включать в себя упрощение процедур регистрации бизнеса, снижение налогового бремени, предоставление льгот и гарантий инвесторам.

Привлечение иностранных инвестиций может способствовать технологическому развитию отрасли и созданию новых рабочих мест.

В целом, развитие текстильной и легкой промышленности требует комплексного подхода, объединяющего усилия государства, бизнеса и общества.

Только путем реализации инновационных подходов в управлении, повышения качества продукции, развития кадрового потенциала и привлечения инвестиций можно достичь поставленных целей и обеспечить устойчивое развитие отрасли.

Глубокая переработка хлопкового волокна с использованием современных технологий в стране позволит к 2025 году увеличить объем производства экологически чистой готовой продукции текстильной и легкой промышленности, востребованной на внешнем и внутреннем рынках, в 5,6 раза.

Анализ литературы.

В литературе по экономике и управлению есть много работ, посвященных исследованию и анализу конкурентоспособности. В данном литературном обзоре я рассмотрю некоторые из них.

Майкл Портер (2016) является одним из ведущих экспертов в области стратегического менеджмента и конкурентной стратегии. Его концепция “национального ромба” оказала значительное влияние на исследования и практику в области конкурентоспособности стран и отраслей.

Концепция формирования и развития конкурентоспособности Майкла Портера, известная также как “теория деятельности предприятия”, представляет собой одну из основных теорий в области стратегического менеджмента и конкурентной стратегии. В этой концепции Портер выделяет четыре основных элемента, определяющих конкурентные преимущества страны. Они представлены в виде “национального ромба” (diamond).

Еще несколько работ, которые можно рассмотреть в литературном обзоре по конкурентоспособности в текстильной промышленности.

В текстильной промышленности конкурентоспособность играет важную роль, учитывая ее глобальную природу и наличие большого числа участников на рынке.

Павлова (2009), подчеркивает способность определенного объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Это определение фокусируется на достижении превосходства над конкурентами и учитывает, что конкурентоспособность зависит от ситуационных факторов.

Позиция Юрия Борисовича Рубина (2010) указывает на то, что конкурентоспособность не ограничивается только способностью предприятия выдерживать конкуренцию и достигать высоких доходов. Он подчеркивает, что это понятие имеет более глубокий смысл и требует соответствующего анализа.

Согласно данной точке зрения, конкурентоспособность включает в себя более широкий набор факторов и аспектов, чем просто выживание на рынке и получение прибыли. Это может включать такие элементы, как инновационность, качество продукции или услуг, уровень обслуживания клиентов, управление рисками, устойчивость к изменениям внешней среды, развитие человеческого капитала и другие.

Румелт (2011) является известным стратегом и автором книги “Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters”. В своей работе он подчеркивает важность конкурентной стратегии и создания и использования преимуществ, которые не являются постоянными и трудно восстанавливаемыми.

Согласно Румелту (2011) успешная конкурентная стратегия должна основываться на реальных деловых возможностях и проблемах, а не на простых желаниях или амбициях. Он призывает компании к тщательному анализу своей позиции на рынке, конкурентов, ресурсов и способностей. На основе этого анализа компании могут определить свои сильные и слабые стороны и разработать стратегию, которая позволит использовать свои преимущества и преодолеть проблемы.

Он также отмечает, что конкурентное преимущество может быть временным и что компании должны стремиться создавать такие преимущества, которые будут трудно воспроизвести конкурентам. Это может быть достигнуто через инновации, уникальные знания, высокий уровень качества или уникальные отношения с клиентами.

Таким образом, Румелт подчеркивает важность анализа, реальных преимуществ и уникальности в конкурентной стратегии, а также необходимость постоянного приспособления и инноваций для поддержания конкурентного преимущества.

Исследования современных тенденций развития сущности и содержания конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности проведены в работах Метелева (2011). Различные инструменты и методы обеспечения конкурентоспособности государственных и предпринимательских структур описывает Сорокин (2014) в своих исследованиях.

В ряде работ, относящихся к научной школе “Обеспечение конкурентоспособности предпринимательских структур в строительстве на инновационной основе”, под руководством профессора В.В. Асаула, освещаются следующие аспекты оценки конкурентоспособности субъектов предпринимательства: методы и критерии оценки конкурентоспособности, исследования указывают на важность разработки эффективных методов и критериев для оценки конкурентоспособности предпринимательских структур в строительстве на инновационной основе.

Работы могут включать различные показатели, такие как инновационные возможности, эффективность использования ресурсов, уровень технологической оснащенности, качество продукции и услуг, уровень удовлетворенности клиентов и другие факторы, факторы, влияющие на конкурентоспособность, исследования обращают внимание на факторы, которые могут повлиять на конкурентоспособность предпринимательских структур в строительстве.

Это могут быть факторы внутренней среды, такие как организационная культура, управленческие навыки, финансовое положение и производственные возможности, а также факторы внешней среды, такие как рыночные условия, технологические тенденции, конкуренция и законодательство, разработка стратегий повышения конкурентоспособности и анализ сравнительной конкурентоспособности.

Это лишь некоторые общие направления исследований, связанных с оценкой конкурентоспособности субъектов предпринимательства, которые были замечены в работах научной школы, возглавляемой профессором В.В. Асаулом. Конкретные темы и результаты исследований могут различаться в зависимости от конкретных публикаций и проектов.

Из приведенного литературного обзора можно сделать несколько выводов о конкурентоспособности:

Конкурентоспособность является важным фактором для успешного функционирования и развития стран, отраслей и предприятий. Работы Майкла Портера и других авторов подчеркивают, что конкурентоспособность зависит от различных факторов, включая инновации, качество продукции или услуг, уровень обслуживания клиентов, управление рисками и другие.

Конкурентоспособность в текстильной промышленности имеет особое значение из-за ее глобальной природы и наличия множества участников на рынке. Работы Павловой (2009) и Рубина (2010) подчеркивают, что конкурентоспособность включает в себя не только способность выживать на рынке, но и такие аспекты, как инновационность, качество продукции или услуг, уровень обслуживания клиентов, управление рисками и другие.

Румелт (2011) подчеркивает важность разработки реальных конкурентных стратегий, основанных на анализе деловых возможностей, проблем, ресурсов и способностей компании. Он также отмечает, что конкурентное преимущество может быть временным, и компании должны стремиться создавать уникальные и трудно воспроизводимые преимущества.

Исследования Метелева (2011) и Сорокина (2014) обращают внимание на различные инструменты и методы оценки конкурентоспособности государственных и предпринимательских структур. Они подчеркивают важность разработки эффективных методов и критериев для оценки конкурентоспособности, включая такие показатели, как инновационные возможности, эффективность использования ресурсов, уровень технологической оснащенности, качество продукции и услуг, уровень удовлетворенности клиентов и другие факторы.

В целом, из литературного обзора видно, что конкурентоспособность является сложным и многогранным понятием, и ее исследование включает различные аспекты, методы и критерии оценки. Понимание конкурентоспособности и разработка эффективных стратегий в этой области имеют важное значение для успешной деятельности стран, отраслей и предприятий.

Методология исследования.

При выполнении исследовательской работы использовались методы группировки, анализ текущего состояния текстильной промышленности в Узбекистане, определение факторов конкурентоспособности, разработка стратегий повышения конкурентоспособности, оценка эффективности предложенных стратегий, представление результатов исследования, наблюдение, сбор данных, анализ данных, обобщение, сравнения.

Анализ и результаты.

По итогам 2022 года экспорт текстильной продукции осуществлен на сумму 3 178,0 млн. долл. США, что составило 16,5 % от общего объема экспорта и, по сравнению с 2021 года, он вырос на 8,6 %⁹¹.

На сегодняшний день производственные мощности предприятий АО “Узбекенгилсаноат” имеют следующие показатели: прядение-450 тыс. тонн., ткачество-296 миллионов квадратных метров ткани, выпуск трикотажного полотна-90 тыс. тонн., швейно-трикотажное производство-270,2 миллиона штук трикотажной продукции.

Эти цифры представляют производственные мощности предприятий АО “Узбекенгилсаноат” и указывают на объемы производства различных товаров или материалов на данных предприятиях.

Ниже в таблицах приведены данные себестоимости по производству пряжи в нескольких стран включая нашу.

Данные содержат сравнительный анализ себестоимости производства пряжи для кластерных и не входящий кластерных систем предприятия в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш. В таблице представлены цены на хлопковые волокна (за 1 кг), себестоимость производства (за 1 кг) и прибыль (в долларах) для каждой страны.

Кластеры в Узбекистане имеют наименьшую стоимость хлопчатобумажных волокон (2,77 доллара за килограмм), что влияет на их себестоимость (3,34 доллара за килограмм). Кластеры также имеют наивысшую прибыль среди всех рассмотренных групп (0,46 доллара).

Не входящие в систему кластера производственные предприятия в Узбекистане имеют более высокую стоимость хлопчатобумажных волокон (3,27 доллара за килограмм), что приводит к более высокой себестоимости (3,80 доллара за килограмм). Однако они не получают прибыли.

⁹¹ <https://stat.uz/images/uploads/docs/pressreliztashqisavdo202212ru.pdf>

Таблица 1

Сравнительный анализ себестоимости по производству пряжи в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш⁹²

Страны	Пряжа (1 кг.)		
	Хлопко волокна (долл./кг.)	Себестоимость (долл./кг.)	Прибыль (доллары)
Кластеры	2,77	3,34	0,46
Производственная предприятия	3,27	3,80	0
Индии	2,90	3,70	0,10
Индонезия	3	3,70	0,10
Бангладеш	3	3,55	0,25

Индия и Индонезия имеют близкие стоимости хлопчатобумажных волокон (2,90 доллара и 3 доллара соответственно) и себестоимости (3,70 доллара за килограмм). Однако они получают минимальную прибыль (0,10 доллара) по сравнению с Узбекистана и Бангладеш.

Бангладеш также имеет стоимость хлопчатобумажных волокон в 3 доллара за килограмм, но их себестоимость немного ниже (3,55 доллара за килограмм). Бангладеш получает прибыль в размере 0,25 доллара.

В целом, кластеры в Узбекистане имеют самую низкую себестоимость и наибольшую прибыль, что может быть привлекательным для потребителей. Однако, для принятия окончательного решения необходимо учитывать и другие факторы, такие как качество продукции, доступность сырья, логистика и т. д.

Эти данные могут быть полезными при анализе конкурентоспособности и выборе страны для производства текстильной продукции, учитывая себестоимость и прибыль в различных регионах.

Для проведения сравнительного анализа себестоимости по производству одного килограмма трикотажного тканья в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш, у нас есть следующие данные (Таблица 2).

Таблица 2

Сравнительный анализ себестоимости по производству одного килограмма трикотажного тканья в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш⁹³

Страны	Трикотажная ткань (1 кг.)	
	Себестоимость (долл./кг.)	Прибыль (доллары)
Кластеры	3,78	0,47
Производственная предприятия	4,20	(0,05)
Индии	3,79	0,46
Индонезия	4,12	(0,13)
Бангладеш	3,88	0,37

Из предоставленных данных можно сделать следующие выводы. Самая низкая себестоимость трикотажного тканья из представленных данных наблюдается в Индии, где она составляет 3,79 доллара за килограмм. Далее идут Бангладеш с себестоимостью 3,88 доллара за килограмм и Кластеры с себестоимостью 3,78 доллара за килограмм.

Индонезия имеет наивысшую себестоимость среди всех стран и составляет 4,12 доллара за килограмм.

Самая высокая прибыль наблюдается у кластеров Узбекистана и составляет 0,47 доллара за килограмм. Затем следует Индия с прибылью 0,46 доллара за килограмм и Бангладеш с прибылью 0,37 доллара за килограмм. Производственная предприятия имеют небольшую

⁹² Агентство статистики при президенте Республики Узбекистан <https://stat.uz/ru/>.

⁹³ Агентство статистики при президенте Республики Узбекистан <https://stat.uz/ru/>.

отрицательную прибыль в размере -0,05 доллара за килограмм, а Индонезия также имеет отрицательную прибыль, составляющую -0,13 доллара за килограмм.

В целом, с точки зрения себестоимости, Индия предлагает наиболее конкурентоспособные цены на производство трикотажного тканья среди всех стран. Однако, если учитывать прибыль, то кластеры имеют наибольшую прибыль, хотя их себестоимость чуть ниже, чем у Индии. Эти факторы могут быть важными при принятии решения о выборе страны для производства трикотажного тканья, в зависимости от приоритетов и целей предприятия.

Для проведения сравнительного анализа себестоимости по производству готовых изделий в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш, приведены следующие данные (Таблица 3).

Таблица 3

Сравнительный анализ себестоимости по производству готовых изделий в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш⁹⁴

Страны	Готовая изделия	
	Себестоимость (долл./кг.)	Прибыль (доллары)
Кластеры	1,30	0,15
Производственная предприятия	1,39	(0,06)
Индии	1,27	0,18
Индонезия	1,27	0,18
Бангладеш	1,19	0,26

Анализируя эти данные, можно сделать следующие наблюдения, что Узбекистан имеет самую высокую себестоимость (1,30 долл./кг.) среди всех представленных стран. Это может быть обусловлено различными факторами, включая высокие затраты на сырье, производственные расходы и налоговую политику.

Индия и Индонезия имеют схожую себестоимость (1,39 долл./кг. и 1,27 долл./кг. соответственно). Однако Индия имеет отрицательную прибыль (-0,06 долларов), что указывает на то, что производственные предприятия в Индии терпят убытки и имеют низкую маржу прибыли.

Бангладеш имеет наименьшую себестоимость (1,19 долл./кг.) и наивысшую прибыль (0,26 долларов) среди всех стран. Это может говорить о более низких затратах на производство и более высокой эффективности производства в Бангладеш.

Однако важно отметить, что эти данные предоставлены в ограниченной форме и не включают в себя другие факторы, которые могут оказывать влияние на себестоимость и прибыль, такие как качество продукции, условия труда, инфраструктура и т. д.

Для сравнительного анализа основных показателей в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш, мы можем использовать следующие данные (Таблица 3).

Таблица 3

Сравнительный анализ по основным показателям в странах Узбекистан, Индия, Индонезия и Бангладеш

Страны	Готовая изделия				
	Хлопковое волокно (млн. тонна)	Население (млн. человек)	Экспорт (млрд. долл.)	Экспорт на душу населения (долларов)	Логистика стоимость доставки в Европу
Узбекистан	1,0	36,2	3,0	83	0,25
Индии	6,2	1 420	68	50	0,1
Индонезия	-	274	35	128	0,1
Бангладеш	-	165	28	170	0,1

⁹⁴ Агентство статистики при президенте Республики Узбекистан <https://stat.uz/ru/>.

Сравнивая эти показатели, мы можем сделать следующие наблюдения:

Хлопковое волокно: Индия является крупнейшим производителем хлопкового волокна с объемом в 6,2 млн. тонн, в то время как Узбекистан является вторым по величине производителем с объемом в 1,0 млн. тонн. Данные об объеме производства хлопкового волокна в Индонезии и Бангладеш отсутствуют.

Население: Индия имеет самое большое население с 1 420 млн. человек, тогда как Узбекистан, Индонезия и Бангладеш имеют значительно меньшее население.

Экспорт: Индия также является крупнейшим экспортером с объемом экспорта в 68 млрд. долларов. Индонезия следует за ней с объемом экспорта в 35 млрд. долларов, а Бангладеш занимает третье место с объемом экспорта в 28 млрд. долларов. Узбекистан экспортирует наименьший объем с 3,0 млрд. долларов.

Экспорт на душу населения: Узбекистан имеет самый высокий уровень экспорта на душу населения с 83 долларами на человека, в то время как Индия имеет более низкий показатель в 50 долларов на человека. Индонезия и Бангладеш имеют еще более низкие показатели экспорта на душу населения с 128 и 170 долларами соответственно.

Логистика: Все четыре страны имеют примерно одинаковые стоимости доставки товаров в Европу, составляющие 0,1-0,25 доллара.

Эти данные дают нам общее представление о производстве, экспорте и логистике в этих странах.

Выводы и предложения.

На основании предоставленных данных можно сделать следующие выводы и предложения:

Индия является ведущим производителем хлопкового волокна, что подтверждает ее значительный потенциал в данной отрасли. Дальнейшее развитие и совершенствование производства может помочь Индии укрепить свое лидерство и увеличить экспорт.

Узбекистан занимает второе место по объему производства хлопкового волокна, но при этом экспортный объем относительно невелик. Стоит уделить больше внимания развитию экспортной инфраструктуры и маркетинговым усилиям для привлечения зарубежных покупателей.

Индонезия и Бангладеш также имеют потенциал для развития производства и экспорта хлопкового волокна. Учитывая их более низкие показатели экспорта на душу населения, усилия могут быть направлены на увеличение производства и эффективную логистику для доставки товаров на международные рынки.

Общая стоимость доставки товаров в Европу примерно одинакова для всех четырех стран. Однако, для повышения конкурентоспособности, эти страны могут исследовать возможности сокращения логистических издержек и улучшения эффективности поставок.

В целом, развитие хлопковой промышленности может стать важным фактором для экономического роста этих стран. Правительства и заинтересованные стороны могут рассмотреть инвестиции в образование, исследования и развитие, а также создание благоприятного бизнес-климата для привлечения инвестиций и развития инфраструктуры.

Для устойчивого развития хлопковой промышленности также важно уделять внимание социальной и экологической устойчивости. Применение устойчивых методов производства, соблюдение рабочих стандартов и охрана окружающей среды могут способствовать созданию долгосрочной устойчивой отрасли.

В целом, предоставленные данные подчеркивают важность развития и совершенствования хлопковой промышленности в указанных странах, а также необходимость эффективной логистики и маркетинга для максимизации экспортного потенциала.

Литература/Reference:

Richard P. Rumelt. (2011) "Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters". Hardcover – Deckle Edge, July 19.

Внешнеторговый оборот Республики Узбекистан. <https://stat.uz/images/uploads/docs/pressreliztashqisavdo202212ru.pdf>.

Майкл Портер. (2016) Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. 5-издание. Издательство-Альпина Паблишер, 456 с.

Метелев И.С. (2011) Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: сущность, методы, факторы и критерии оценки // Региональные проблемы преобразования экономики. – № 1(27). – с. 111-122.

Метелев И.С. (2011) Конкурентоспособность субъекта предпринимательской деятельности: системные основы и региональная практика. / Монография. - Омск: Издание Омского института (филиала) РГТЭУ, – 142 с.

Павлова Н.Н. (2009) Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товара / Н.Н. Павлова // Маркетинг в России и за рубежом. - №1. - С. 20-28.

Рубин Ю.Б. (2010) Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. № 3 (21). С. 38-67.

Сорокин М.А. (2014) Конкурентоспособность государства и конкурентоспособность предпринимательских структур: содержание, цели, способы обеспечения // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – № 3(150). – с. 21-26.

Сорокин М.А. (2014) Конкурентоспособность предпринимательской структуры: архитектура и место в иерархии экономических категорий // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – № 6. – с. 259-262.