

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И
ИННОВАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА “ФИНАНСЫ И ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА”**

На правах рукописи

УДК: 658511:615.9(575.1)

ШАКИРОВ ХАСАН НУРУЛЛА УГЛИ

Развитие и повышение конкурентоспособности организации

ДИССЕРТАЦИЯ


на соискание академической степени магистра

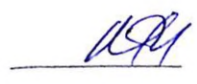
по специальности 70310102 – “Экономика” (по отраслям и сферам)

Научный руководитель:

проф. Ханкишиев Х. С.

Магистерская диссертация проходила предварительную защиту на кафедре
"Финансы и цифровая экономика" № 37 протокола от « 24 »
05 2024 г.

Заведущий кафедрой: Карлибаева Р.Х.  24.05.24
подпись дата

Научный руководитель: Ханкишиев Х. С.  24.05.24
подпись дата

Магистр: Шакиров Х. _____
подпись дата

Диссертация зарегистрирована под № 4 на кафедре "Финансы и
цифровая экономика" от « _____ » _____ 2024 года

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|--|
| Введение | 3 |
| 1. Теоретико-методологические основы развития и повышения конкурентоспособности организации | Ошибка! Закладка не определена. |
| 1.1. Проблемы и тенденции развития деятельности в области образования в Республике Узбекистан | Ошибка! Закладка не определена. |
| 1.2. Факторы, оказывающие влияние на деятельность в области образования | Ошибка! Закладка не определена. |
| 1.3. Методы оценки конкурентоспособности деятельности в области образования | 17 |
| 2. Оценка конкурентоспособности деятельности в области образования | 26 |
| 2.1. Организационно-экономическая характеристика деятельности ООО "ULTIMATE FLUENCY" | 26 |
| 2.2. Анализ факторов, оказывающих влияние на деятельность ООО "ULTIMATE FLUENCY" | 34 |
| 2.3. Оценка конкурентоспособности ООО "ULTIMATE FLUENCY" | |
| 3. Направления повышения конкурентоспособности деятельности в области образования | |
| 3.1. Мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности ООО "ULTIMATE FLUENCY" | 53 |
| 3.2. Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий | 58 |
| Заключение | 69 |
| Список литературы | 71 |

ВВЕДЕНИЕ

Основная причина того, что многие ученые и практикующие специалисты интересуются конкурентоспособностью предприятий, заключается в том, что она является важным фактором для достижения главной цели предприятия - увеличение объемов продаж товаров и услуг или максимально возможного увеличения прибыли компании.

В научных исследованиях конкуренции зарубежных и отечественных авторов особое внимание уделяется проблеме создания конкурентного преимущества, оценки конкурентоспособности предприятия и методам повышения конкурентоспособности. Однако, несмотря на то что исследования этих проблем очень важны, они редко дают количественную оценку конкурентоспособности.

Так как конкуренция - одна из главных черт рыночной экономики, возникает потребность в адаптации предприятий всех видов хозяйства к условиям конкурентной борьбы. Условия, в которых работает предприятие, называются маркетинговыми условиями. В маркетинговых исследованиях предприятие рассматривается не как отдельный субъект, а как совокупность отношений и потоков информации, которые связывают ее с другими фирмами.

У любой компании есть цель, как правило, она заключается в победе над конкурентами. Очень важно, чтобы победа была не разовой и не случайной, она должна быть закономерной и состоять из своевременного, регулярного и грамотного участия фирмы в работе.

Актуальность темы исследования заключается в том, что в настоящее время в сфере торговли существует высокая конкуренция и это сказывается не только на росте спроса на товары и услуги, но и на повышении требований клиентов к качеству предоставляемого сервиса. Именно поэтому для успешного ведения бизнеса необходимо обладать высокой конкурентоспособностью, что и обусловило актуальность.