

УЙ-ЖОЙ ҚУРИЛИШИ БОЗОРИДА КОРХОНАЛАРНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИ

Қобил Тўхтамишович ИБРАГИМОВ

ўқитувчи

Термиз давлат педагогика институти

Термиз, Ўзбекистон

Аннотация

Мақолада корхоналарнинг рақобатбардошлигини баҳолаш усуллари ҳақида сўз юритилиб, “рақобат” ва “рақобатбардошлик” тушунчасига муаллиф томонидан таъриф берилган ҳамда рақобатбардошлик омиллари хусусида таклифлар илгари сурилган.

Таянч сўзлар: рақобатбардошлик индекси ва омиллари, SWOT таҳлил, ўрганилаётган корхонанинг рақобатбардошлиги, ташкилотнинг рақобатбардошлигини комплекс ҳисоблаш.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Қобил Тухтамишович ИБРАГИМОВ

Преподаватель

Термезский государственный педагогический институт

Термез, Узбекистан

Аннотация

В статье рассматриваются методы оценки конкурентоспособности предприятий, автором дается определение конкуренции и конкурентоспособности. Автор приводит свои предложения по факторам конкурентоспособности.

Ключевые слова: индекс и факторы конкурентоспособности, SWOT-анализ, конкурентоспособность изучаемого предприятия, комплексный расчет конкурентоспособности организации.

Сир эмас, ҳозирги бозор муносабатлари шароитида “рақобат” тушунчаси асосий аҳамиятга эга. Ҳар қандай бозор иқтисодиётини тартибга солиш механизми асосан тўртта таркибий қисмдан иборат: нарх, талаб, таклиф ва рақобат [8]. Рақобат бозор муносабатларининг моҳиятини ифодалайди. Иқтисодиётда турли соҳа ва тармоқларнинг рақобатдошлигини оширмай туриб, мамлакат иқтисодиётини ривожлантириб бўлмайди. Иқтисодчи олим М.Е.Porter таъкидлаганидек, “рақобат ва рақобатбардошликнинг аҳамияти глобал даражада бўлсада, у ҳали ҳам яхши аниқланмаган тушунча бўлиб қолмоқда [10].

Жаҳондаги барча ривожланган давлатларида бўлгани каби Ўзбекистонда ҳам рақобат бўйича давлат сиёсати амалга оширилмоқда. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2020 йил 6 июлдаги “Рақобат муҳитини янада ривожлантириш ва иқтисодиётдаги давлат иштирокини қисқартириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-6019-сон фармони тасдиқланди [1].

Шу ўринда “рақобат” ва “рақобатбардошлик” тушунчаларига таъриф бериш жоиздир.

Б.Й.Ходиев ва Ш.Шодмоновлар фикрича, Рақобат – бу тадбиркорликнинг ажралмас бир бўлагидир. У умумижтимоий категория бўлиб, ижтимоий жараён катнашчилари ўртасида яхшироқ яшаш учун бўладиган курашни англатади [6].

Иқтисодиётчи олимлар У.В.Ғафуров, Б.Э.Мамараҳимов, Қ.Б.Шарипов, Ф.О.Отабоевлар рақобат истеъмолчи ва харидор ўртасида бўлса асосий мақсад кўпроқ нафга эришиш, агар ишлаб чиқарувчи ва сотувчи ўртасида бўлса кўпроқ фойда олиш учун бўлади деб таъкидлашган. Рақобат кўп қиррали иқтисодий ҳодиса бўлиб, у бозорнинг барча субъектлари ўртасидаги мураккаб муносабатларни ифодалайди. Рақобат – бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашувидан иборат бўлиб, улар ўртасида юқори фойда ва кўпроқ нафга эга бўлиш учун курашни англатади [5].

Иқтисодчи олим F.Y.Ling. ва Y.Gui фикрига кўра, рақобатбардошлик – компаниялар ташқи муҳитдаги қийинчиликларни енгишда ўз тизимлари ва ресурсларини мавжуд вазиятга мослаштира олиш мусобақасидир [9]. Қуйидаги муаллиф ишланмаси бўлган 1-жадвалда рақобат ва рақобатбардошлик ҳақида иқтисодчи олимлар фикрлари келтирилган.

1-жадвал.

Рақобат ва рақобатбардошлик таърифлари

Рақобатбардошлик таърифлари	Муаллифлар
<p>Рақобатбардошликнинг бошқарув таърифлари компаниянинг бозор имкониятларидан фойдаланиб, фирма қайси позицияни эгаллаши мумкинлиги, ўзининг кейинги ўсиши учун мавжуд ресурсларни ҳимоя қилиши ва улардан тўғри фойдаланиши, шунингдек, инновация функциясини ўзгартириш ва такомиллаштириш қобилияти.</p>	<p>The microeconomic foundations of prosperity: Findings from the business competitiveness index, in The Global competitiveness report 2006–2007 / Porter M. et al. World Economic Forum, Geneva, Switzerland. 2006. P. 51–80.</p>
<p>Рақобатбардошлик – керакли маҳсулотларни қулай нархда ва керакли вақтда ишлаб чиқариш қобилияти ва хизматлар. Бундан ташқари, рақобатбардошлик бу – истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини бошқа фирмаларга қараганда самаралироқ қондириш. Рақобатбардошлик – муайян бозор шароитида устунлик жиҳатларидан унумли фойдаланиш.</p>	<p>Horvathova J., Mokrisova M. Business competitiveness, its financial and economic parameters //</p>
<p>Компаниянинг рақобатбардошлиги – бу компаниянинг доимий равишда истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондириш ва юқори даромадга интилиши. Бунга истеъмолчилар қадрлайдиган товарлар ва хизматларни рақобатчи фирмалар таклифидан яхшироқ таклиф қилиш. Бунга эришиш учун компания ташқи ишбилармонлик муҳитидаги ўзгаришларни тушуниши, мослашиши ва ушбу фирманинг асосий рақобатчилари жавоб бера олмайдиган бозор мезонларига жавоб бериши керак. Нарх сиёсати, нарх бўлмаган сифатлари ва хусусиятлари шаклландирган товарларни бутун дунё бўйлаб лойиҳалаш, ишлаб чиқариш ва тарқатиш учун ўрта ва узок муддатли бизнес имконияти. Хорижий ва маҳаллий рақобатчиларнинг мавжуд таклифларидан кўра жозибали формат.</p>	<p>Chikan A. National and firm competitiveness: a general research model // Competitiveness Review: An International Business Journal. 2008. 18(1/2). P. 20–28. DOI: https://doi.org/10.1108/10595420810874583.</p>
<p>Асосий рақобатчилардан асосий иқтисодий кўрсаткичлар бўйича бир хил ёки яхшироқ натижаларга эришиш ва ортда қолмаслик. Бунинг учун, етарлича катта ёки ишончли даромадга ва бозорда яхшироқ мавқега эга бўлиш зарур.</p>	<p>Du J., Temouri Y. High-growth firms and productivity: evidence from the United Kingdom // Small business economics. 2015. 44 (1). P. 123–143. DOI: https://doi.org/10.1007/s11187-014-9584-2.</p>
<p>Фойда ва бозор улушини ошириш орқали корпоратив даражада ҳам ички, ҳам ташқи бозорларда барқарор позицияларга эришиш.</p>	<p>Hudakova I. The impact of the global financial and economic crisis on businesses and their competitiveness // Taxes & Accounting: Advice and Solutions. 2009. Vol. 6, No.11. P. 76–81.</p>
<p>Рақобатбардошлик бу – ишлаб чиқариш ва операцион фаолият билан харажатларни камайтириш ва даромад даражасини ошириш чораларини топиш.</p>	<p>Arrow K. J., Hahn F. H. General Competitive analysis. North-Holland, Amsterdam. 1991. P. 468.</p>
<p>Рақобатбардошликнинг тор тушунчаси нархлар ва</p>	<p>Turner A. G., Golub S. S. Towards</p>

<p>харажатлар ўртасида боғлиқлик муносабатларини ўрнатиш. Рақобатбардошликнинг кенг тушунчаси корхона иқтисодий фаолиятининг самарадорлиги, молиявий-иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланиши билан боғлиқ муносабатлар (бизнеснинг жорий молиявий кўрсаткичларини таҳлил қилиш ва уларнинг талқини асосида бизнесни келажакда баҳолаш ва башорат қилиш мумкин).</p>	<p>a system of multilateral unit labor cost-based competitiveness indicators for advanced, developing and transition countries, working paper // International Monetary Fund, United States, Washington, November. 1997. P. 1–46. DOI:https://doi.org/10.5089/9781451922882.001.</p>
<p>Фирманинг рақобатбардошлиги бозордаги юқори маҳсулдорлик ва кам харажатлар кўрсаткичи бўлиб, улар биргаликда муваффақият калити ҳисобланади. Компаниянинг рақобатбардошлиги унинг тўлов қобилияти, шунингдек, рентабеллиги ва самарадорлиги билан белгиланади.</p>	<p>Henricsson J. P. E., Ericsson S., Flanagan R., Jewell C. A. Rethinking competitiveness for the construction industry / Khosrowshahi F. (ed.) // Proceedings of 20th Annual ARCOM Conference, 1–3 Sept. 2004, Heriot Watt University. Association of Researchers in Construction Management . Edinburgh. 2004. Vol. 1. P. 335–342.</p>
<p>Рақобатбардошлик, бир томондан, иқтисодий ўсишни, тўғридан-тўғри ёки билвосита фаровонликни оширади ва иш ўринларини яратади, иккинчи томондан, бу компаниянинг мавқеини белгилайдиган ва унинг фаолияти самарадорлигини баҳолайдиган методологиядир.</p>	<p>A new measure of regional competitiveness / Sánchez de la Vega J. C., BuendíaAzorín J. D., Calvo-Flores Segura A., Esteban Yago M. // Applied Economic Analysis. 2019. Vol. 27, No. 80. P. 108–126. DOI: https://doi.org/10.1108/aea07-2019-0010</p>
<p>Рақобатбардош ва рақобатдошлик устунликларини мослаштириш, позицияларни яратиш учун ишлаб чиқариш ва ресурс салоҳиятидан самарали фойдаланишга асосланган тегишли стратегияларни қўллашни талаб қилади.</p>	<p>Žitek V., Klimova V. The competitiveness index of Czech regions // Acta Universitatis Agriculturae et Silvicultura e Mendeliana e Brunensis. 2015. 63 (2). P. 693–701. DOI: https://doi.org/10.11118/actaun201563020693.</p>
<p>Рақобат устунликларининг мавжуд таснифи: ташкилий, стратегик, инновацион. Минтақавий иқтисодий ривожланишнинг асоси айрим ҳудудлар учун барқарор рақобатдош устунликларни таъминлай оладиган ва минтақавий илмий-техникавий салоҳиятдан фаол фойдаланиш ҳисобланади.</p>	<p>Zhai R.-X., Zhang Y. Evaluation of marine economic comprehensive competitiveness in coastal regions based on factor analysis // 2012 Fourth International Conference on Computational and Information Sciences. 2012. P. 1339–1342. DOI: https://doi.org/10.1109/iccis.2012.150.</p>
<p>Бошқа мамлакатларда ишлаб чиқарилган товарлар ва хизматлар билан ички бозорда маҳсулотларни ишлаб чиқариш, тақсимлаш ва истеъмол қилиш орқали мамлакатнинг ўсишига ва унинг фаровонлигини (шунингдек, турмуш даражасини) яхшилашга қўшган ҳиссаси орқали рақобатбардошликни очиб берувчи</p>	<p>OECD. Technology and the Economy: The Key Relationships, OECD, Paris. 1992..IMD..IMD.World Competitiveness Yearbook 2012. IMD, Lausanne, Switzerland. 2012.</p>

таърифлар тўплами. Очiq бозор шароитларида рақобатбардошликнинг ташқи кўрсаткичларига жавоб берадиган маҳсулот ва хизматларни яратишга ёрдам берадиган мамлакатнинг соф миллий даромади даражаси позицияси. Халқаро рақобатбардошлик нафақат фирмаларнинг унумдорлиги ёки самарадорлиги билан, балки уларнинг миллий иқтисодиёт ва соф миллий даромадни сезиларли даражада яхшилайдиган иқтисодиётнинг юқори қийматли тармоқларига жалб этилиши ва самарадорлиги билан боғлиқ.	
--	--

Келинг шу ўринда рақобатни баҳолаш ва рақобатбардошликни аниқлаш борасида иқтисодчи олимлар таклифини кўриб чиқамиз.

Иқтисодчи олимларимиз Р.Х.Карлибаева, А.А.Темировлар корxonанинг рақобатбардошлигини баҳолашни бир неча қисмларга бўлиб ўрганган [5]. Улар корxonаларнинг рақобатбардошлигини оширишда активларни, корxона капиталини, инвестицияларини, шунингдек, пул оқимларини бошқариш каби бир неча омилларни ўрганишган. Хусусан, молиявий таҳлил ва корxonани бошқариш усулларида корxonанинг тўлов қобилияти, молиявий барқарорлиги, корxона активларининг ликвидлилик даражасини инобатга олишни такидлаб ўтишган.

Иқтисодчилар О.Сафонова ва Л.Татарникова қурилиш соҳасидаги рақобатбардошликка ISO 9000 серияли ишонч тизимини амалга оширишни таклиф этишган [11].

W.W.Low, H.Abdul-Rahman ҳамда N.Zakaria фикрига кўра, қурилиш индустриясининг ривожланишига таъсир қилувчи омиллар сифатида узок муддатли сиёсий қараш, асосий жисмоний ва институционал инфратузилма, энг яхши ўрганиш амалиётлари, инсон ва молиявий ресурслар, юқори ишлаб чиқариш кўрсаткичларига ёрдам берадиган техникаларни таклиф этди [9].

Яна бир фойдали таҳлил тизимини хитойлик олимлар F.Y.Ling ва Y.Gui. тақдим этишган. SWOT (кучли, заиф томонлари, имкониятлари ва таҳдидлар) фирмаларнинг ички ва ташқи муҳитини баҳолаш учун фойдаланилади [8]. Дастлабки иккита катталиқ (кучли ва заиф томонлари) бизнес раҳбарларига ички муҳит ва самарали тавсиялар бериб, уларни

тушунишга ёрдам берса, кейинги иккитаси (имкониятлар ва таҳдидлар) ташқи муҳитни ўрганиб, энг оқилона ва тўғри қарорлар қабул қилишда қўл келади. Ушбу модель қурилиш саноати компанияларининг рақобатбардошлигини ошириш учун ишлатилиши мумкин. Моделнинг охириги иккита қоидаси, бизнес атроф-муҳитида дуч келадиган таҳдидлар ва унга қарши курашишда имкониятларни баҳолайди. 2-жадвалда SWOT моделида кўриб чиқилган элементнинг фарқлари жамланган.

2-жадвал.

SWOT таҳлил

	Фойдали	Зарарли
Ички келиб чиқиши	Кучли томонлари	Камчиликлари
Ташқи келиб чиқиши	Имкониятлари	Таҳдидлар

Иқтисодчи олима И.М.Зборника фикрича, ташкилот рақобатбардошлигининг комплекс кўрсаткичини ҳисоблаш қуйидаги шаклнинг йиғиндиси билан ифодаланиши мумкин [4].

$$K = \sum_{i=1}^n W_j K_j \quad (1)$$

Бу ерда: K_j – ташкилотнинг умумий сони n та бўлган маҳсулотларининг рақобатбардошлигининг ягона кўрсаткичи; W_j – рақобатбардошлик ягона кўрсаткичининг аҳамияти (вазни) кўрсаткичи. Шунингдек,

$$K_{\text{кп}} = \alpha_1 \mathcal{E}_{\text{п}} + \alpha_2 \Phi_{\text{п}} + \alpha_3 \mathcal{E}_{\text{с}} + \alpha_4 A_{\text{м}} \quad (2)$$

Бу ерда $K_{\text{кп}}$ – ташкилотнинг рақобатбардошлик даражаси, $\mathcal{E}_{\text{п}}$ – ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлик мезонининг аҳамияти, $\Phi_{\text{п}}$ – ташкилотнинг молиявий аҳволи мезонининг аҳамияти, $\mathcal{E}_{\text{с}}$ – бозорда маҳсулотларни сотиш ва реклама қилишни ташкил этиш самарадорлиги мезонининг аҳамияти, $A_{\text{м}}$ – маҳсулот рақобатбардошлиги мезонининг аҳамияти, $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4$ – мезонларнинг аҳамиятлилик коэффиценти.

Шунга ўхшаш фикрни Д.Ф.Арсланова ҳам ўзининг “Корхоналарнинг уй-жой қурилиш бозоридаги рақобатбардошлигини баҳолаш усулларини

такомиллаштириш” номли илмий ишида таклиф этган [2]. Олима ўз тадқиқотида рақобатбардошлик кўрсаткичлари сифатида бошқарув кўрсаткичлари, ташкилий-техник кўрсаткичлар ва молиявий кўрсаткичларни инобатга олган.

Шунингдек, иқтисодчи олима В.А.Ежова корхонанинг рақобатбардошлик кўрсаткичини маҳсулотнинг ҳар бир тури бўйича рақобатбардошлик кўрсаткичлари орасидан ўртача оғирликдаги қийматни топиш йўли билан аниқлашни таклиф этган. Бунда оғирликлар тегишли турдаги маҳсулотни сотиш ҳажми ҳисобланади [3]:

$$K = \sum_{i=1}^n a_i k_i \quad (3)$$

Бу ерда K – тадқиқ қилинаётган корхонанинг рақобатбардошлиги;

$a_i - i$ – турдаги маҳсулотни сотишнинг умумий ҳажмидаги улуши, $k_i - i$ – тоифа маҳсулотнинг рақобатбардошлиги.

Керакли математик шакл алмаштиришларни қўллаган ҳолда қуйидаги кўринишдаги формулани ҳосил қилган.

$$K = \frac{r}{R} \cdot \sqrt{\frac{I}{I^S}} \quad (5)$$

Бу ерда K – ўрганилаётган корхонанинг рақобатбардошлиги, r – корхонанинг операцион самарадорлиги, R – намуна бўйича иш самарадорлиги, I – кўриб чиқиляётган корхона даромадлари ҳажмининг ўзгариш индекси, I^S – намуна бўйича даромадлар ҳажмининг ўзгариши индекси.

Бунда, кўриб чиқиляётган корхона намунага киритилган балл қанчалик юқори бўлса, рақобат шунчалик юқори бўлади.

Равшанки, $0 < K < \infty$ ораликдаги қийматларни қабул қилади.

Шу билан бирга, агар $0 < K < 1$ бўлса, корхонанинг танловга нисбатан рақобатбардошлиги паст (нолга яқин бўлса, рақобатбардошлик шунча паст бўлади).

$K=1$ бўлганида, корхонанинг рақобатбардошлиги намунавий рақобатбардошлик билан бир хил.

$K > 1$ бўлган ҳолларда эса, корхонанинг рақобатбардошлиги намунадаги рақобатбардошликдан юқори деб ҳисоблаш мумкин.

Рақобат тушунчаси ва рақобатбардошликни баҳолаш бўйича мавжуд илмий тадқиқотларни ўрганиш, тарифларни солиштириш ва тадқиқ этиш ҳамда иқтисодий жиҳатдан таққослаш ва таҳлил қилиш, мантиқий фикрлаш, илмий абстракциялаш, маълумотни гуруҳлаш, анализ ва синтез, индукция ва дедукция усулларида кенг фойдаланилган.

Юқоридаги фикрларни ҳисобга олган ҳолда хулоса ўрнида айтиш мумкинки, рақобат ва рақобатбардошлик кенг камровли тушунчадир.

Фикримизча, рақобат – нафақат ишлаб чиқарувчилар ўртасида, балки истеъмолчилар орасида ҳам кечадиган процесс (жараён) бўлиб, бозордаги мавжуд ўрин ёки эгаллаши мумкин бўлган яхши позиция учун курашдир.

Шу билан бирга, рақобат харидорга сотувчилар орасидан танлаш имкониятини беради. Рақобат қанчалик мукамал бўлса, нарх шунчалик адолатли бўлади.

Рақобатбардошлик – кўриб чиқилаётган корхонанинг мавжуд бозор шарт-шароитларига мослашиб, шу платформада ўз ўрнини яхшилаши ёки мавжуд позициясини бошқа талабгорларга бериб қўймаслиги.

Маҳаллий рақобат – бунда ҳудуд аҳолиси талабидан келиб чиққан ҳолда мос қулай нарх ва хизматдан ташқари истеъмолчига танлов учун кўпроқ имкониятлар тақдим эта олиш.

Муваффақиятли бизнес учун ҳар қандай корхона раҳбари рақобатбардошлик рейтингида корхона қандай позицияда эканлигини билиши, вазиятни объектив тушуниши ҳамда бошқа бошқарувда қарорлари тўғри бўлиши керак.

Шунингдек, фикримизча, ҳозирги глобаллашаётган халқаро иқтисодий шароитда рақамли технологиялардан унумли фойдаланиб, корхонанинг рекламасини кенгайтириш керак. Бу, айниқса, бозорга янги кириб келаётган корхоналар учун жуда муҳимдир.

Бизнинг назаримизда, ҳозирги глобаллашаётган даврда юқоридаги α_3 коэффициентига каттароқ қиймат бериш мақсадга мувофиқ бўлади. Шунингдек, юқоридаги (2) формулага корхона брендини баҳолайдиган мезон киритиш керак деб ҳисоблаймиз.

Ўйлашимизча, Д.Ф.Асланова ишида қўшимча сифатида корхона даромадининг ўзгариш коэффициентларини киритиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Тадқиқотларимиз натижасига кўра рақобатда яна бир омил корхонанинг брендидир. Бизнинг фикримизча бренд – истеъмолчилар томонидан берилган ишонч бўлиб, унга фирма келажак учун инвестиция сифатида қараши мумкин. Бизнесдаги сотув тезлигидаги бренд муҳим аҳамият касб этади.

Юқоридаги фикрлар асосида қурилиш корхонасининг ички бозордаги рақобатбардошлигини оширишда қуйидагиларга алоҳида эътибор қаратиш таклифи берилади:

- корхона томонидан истеъмолчи ёки харидорга талабидан кўпроқ танлов таклиф этиш;
- корхона раҳбари рақобатбардошлик рейтингида корхона қандай позицияда эканлигини билиши;
- истеъмолчи ва харидорлар орасида рекламани кенг жорий этиш ва брендини шакллантириши.

Халқаро бозордаги рақобатда муваффақият омилларига қуйидаги мезонларни инобатга олиш керак деб ҳисоблаймиз:

- мезбон мамлакатга қурилиш учун сармоя киритиш зарурати;
- маҳаллий ходимлар билан ўзаро қулай алоқа;
- ҳукуматлар томонидан қўллаб-қувватлаш, географик, ижтимоий ва маданий яқинлик;
- мезбон давлатдаги малакали, арзон, ишчи кучининг етарлилиги.

Қурилиш ташкилотлари бозоридаги рақобатбардошликнинг асосий мақсади – ҳудудда инвестиция муҳитини яхшилаш, қурилиш

корхоналарига саноат, ижтимоий соҳа, фан, соғлиқни сақлаш бўйича худудий дастурларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш, фуқароларнинг турмуш фаровонлигини юксалтириш, тараққий этган инфратузилмани шакллантириб, янги иш ўринлари яратиш ва иқтисодий ривожланишдан иборат.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Рақобат муҳитини янада ривожлантириш ва иқтисодиётдаги давлат иштирокини қисқартириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида: Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 6 июл ПФ-6019 сон фармони www.lex.uz.

2. Арсланова Д.Ф. Совершенствование методов оценки конкурентоспособности предприятий на рынке жилищного строительства: автореф.дисс.канд.эконом.наук. – Екатеринбург: УГТУ, 2007.

3. Ежова В.А. Методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности предприятий: учебное пособие/ В.А.Ежова. – СПб.: ФГБОУВО «СПбГУПТД» 2020. – 37 с.

4. Зборина И.М. Конкурентоспособность организации: учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей. – Москва: Наука, 2016

5. Карлибаева Р.Х., Темиров А.А. Корхоналарни рақобатбардошлигини баҳолаш. – Тошкент: Иқтисодиёт, 2019. – 155 б.

6. Ходиев Б.Й., Шодмонов Ш. Иқтисодиёт назарияси: дарслик. – Тошкент: Баркамол файз медиа, 2020. – 788 б.

7. Гафуров У.В., Мамараҳимов Б.Э., Шарипов Қ.Б., Отабоев Ф.О. Замонавий иқтисодий назариялар. – Тошкент: ИҚТИСОДИЁТ, 2019. – 315 б.

8. Ling F.Y, & Gui,Y.(2009). Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats: Case Study of Consulting Firms in Shenzhen, China. Journal of Construction Engineering and Management, ASCE. 135 (7): 628-636.

9. Low WW, Abdul-Rahman H, Zakaria N (2020) Organisational culture of Malaysian international construction organisations. *International Journal of Construction Management* 20(2): 105-21
10. Porter, M. E. (2008). "On Competition", A Harvard Business Review Book.
11. Safonova O, Tatarnikova L. Assessment of the competitiveness of industrial companies and methods for assessing the quality of construction products. *E3S Web of Conferences, Topical Problems of Green Architecture, Civil and Environmental Engineering 2019 (TPACEE 2019)*, 05 May 2020