

## **YENGIL SANOAT KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH VA BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH**

**Yulduz Sunatullayevna AXMEDOVA**

mustaqil izlanuvchi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Toshkent, O'zbekiston

e-mail: [axmedovayulduz1981@gmail.com](mailto:axmedovayulduz1981@gmail.com)

### **Annotatsiya**

Maqolada yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini boshqarish, korxonalar raqobatbardoshligi bo'yicha turli iqtisodchi olimlarning yondashuvlari tahlil qilingan bo'lib, korxonaning raqobatbardoshligini faqat bir xil sohada faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar guruhi ichida ham baholash tizimi hamda korxonalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar keltirilgan. Shuningdek, korxonaning raqobatbardoshligini baholashda qiyosiy taqqoslash mezonlarini to'g'ri tanlash zarurligi ko'rsatilgan hamda yengil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini boshqarish tizimi bo'yicha xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

**Tayanch so'zlar:** korxonalar raqobatbardoshligi, raqobatbardoshlikni boshqarish, korxonalarni raqobatbardoshligini ta'minlash strategiyasi, raqobatbardoshlikni boshqarish tizimi, raqobatbardoshlikni baholash mezonlari, korxonalar salohiyati va tamoyillari.

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Юлдуз Сунатуллаевна АХМЕДОВА**

независимый исследователь

Ташкентский государственный экономический университет

Ташкент, Узбекистан

### **Аннотация**

Статья посвящена управлению конкурентоспособностью предприятий лёгкой промышленности, анализу подходов различных экономистов к конкурентоспособности предприятий, а также системе оценки конкурентоспособности предприятия не только в целом по отрасли, но и внутри группы предприятий, действующих в одной и той же сфере деятельности, и факторам, влияющим на конкурентоспособность предприятия. Кроме того, подчёркивается необходимость правильного выбора критериев сравнительного анализа при оценке конкурентоспособности предприятия, а также разработаны выводы и предложения по созданию системы управления конкурентоспособностью предприятий лёгкой промышленности.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, управление конкурентоспособностью, стратегия обеспечения конкурентоспособности предприятий, система управления конкурентоспособностью, критерии оценки конкурентоспособности, потенциал предприятия и принципы

Bugungi iqtisodiy sharoitda raqobatbardoshlikni ta'minlash va rejalashtirish korxonalarda innovasion rivojlanish tizimini shakllantirish va amalga oshirish bilan uzviy bog'liqdir. Bu an'anaviy raqobatni yangi shaklga – bozorda talab yuqori bo'lgan tovarlar va xizmatlar, innovasiya natijasi bo'lgan innovasion raqobatga aylantirdi. Shuning uchun bugungi kunda amaliy jihatdan muhim vazifalardan biri korxonalarni innovasion faoliyatning ahamiyati ortishi va bilim talab qiladigan sohalarni rivojlantirish bilan tavsiflangan yangi sifat holatiga o'tkazishdir. Bu oxir-oqibat iqtisodiy o'sish va sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish uchun zarur shartdir.

Hozirgi vaqtda raqobatbardoshlik va unga erishish masalasi eng dolzarb masalalardan biri bo'lib qolmoqda, chunki bozor iqtisodiyoti sharoitida bu xo'jalik yurituvchi subektning bozorda uzoq vaqt qolish va o'z maqsadlariga erishish qobiliyatini belgilovchi asosiy omil hisoblanadi. Ishlab chiqarish raqobatbardoshligining barqaror va ishonchli o'sishi sanoat korxonalarida faol innovasiyalar uchun barqaror, tartibga solingan sharoitlarni yaratish davrida juda muhim vazifaga aylanib bormoqda. Shu munosabat bilan, raqobatbardoshlikning o'sishi omillari va zaxiralarini aniqlash, uni baholash va tahlil qilish masalalari ayniqsa muhimdir.

Korxonaning raqobatbardoshlik maqomini aniqlash, ayniqsa, uning innovatsion va investitsiya siyosatini shakllantirgani uchun juda muhimdir. Shuni ta'kidlash kerakki, innovatsion faoliyatning firmaning raqobatbardoshligini oshirishga ta'sirini ko'rib chiqish tashkilotning tashqi va ichki muhitini tashkil qilish uchun batafsil va tizimli yondashuvni talab qiladi. Taqdim etilayogan boshqaruv innovasiyalari samaradorligini kompleks baholash metodologiyasi sanoat korxonalarining innovasion jarayonini modellashtirish imkonini beradi va sanoat korxonasining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida uning innovatsion faoliyatini boshqarish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan, sanoat korxonasining innovasion faoliyatini moliyalashtirish salohiyati uning raqobatbardoshligini ta'minlash nuqtai nazaridan baholash, innovasion

rivojlanishning keyingi strategiyasini shakllantirish imkoniyati alohida ahamiyatga ega.

Jahon iqtisodiyoti rivojlanishining hozirgi bosqichida rivojlanayotgan mamlakatlar yengil sanoat korxonalarida xalqaro standartlarga mos ravishda yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishni tashkil etish va raqobatbardoshligini oshirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bu esa, o'z navbatida, mamlakatlar o'rtasida kuchli raqobat muhitini shakllanishiga, mahsulotlarning sifati va narxi bo'yicha mamlakatlar bir-biridan o'zishga intilishlariga sabab bo'lyapti. Mamlakatimizdagi yengil sanoat korxonalarini raqobatbardoshligini ta'minlash maqsadida yurtboshimiz tomonidan ko'plab farmon va qarorlar qabul qilinmoqda, xorijiy mamlakatlar tajribalaridan oqilona foydalangan holda klaster tizimi tadbiriq etilmoqda, tarmoq rivojini ta'minlash maqsadida yo'l xaritalari ishlab chiqilib, ijrosi bosqichma-bosqich ta'minlanmoqda.

MDH iqtisodchi olimlaridan L.M. Kalashnikovani fikricha "Korxonaning raqobatbardoshligi – bu boshqaruv tizimi va sifati, mahsulot sifati, jamiyat yoki uning alohida a'zolari tomonidan talab qilinadigan mahsulot turlarining ko'pligi, barqaror moliyaviy holati, innovatsiyalarga bo'lgan qobiliyat, iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish, xodimlar bilan maqsadli ishlash, mahsulot tarqatish va xizmat ko'rsatish tizimining darajasi va kompaniya nufuzi bilan belgilanadigan murakkab tushunchadir" [1]. Shuningdek, yana bir iqtisodchi olim R.A.Fatxutdinovning fikricha, "Korxonaning raqobatbardoshligi – bu uning raqobatbardosh mahsulot yoki xizmat ishlab chiqarish qobiliyatidir" [2].

Shuningdek, MDH iqtisodchi olimlaridan M.O.Ermolovning tadqiqotida ko'rsatilishicha, "Korxonaning raqobatbardoshligi – bu ma'lum bir ishlab chiqaruvchi va raqobatchining rivojlanish jarayoni o'rtasidagi farqni aks ettiruvchi nisbiy xususiyatdir. Bu uning tovar yoki xizmatlari ma'lum bir ijtimoiy ehtiyojni qondirish darajasi va ishlab chiqarish faoliyati samaradorligidir" [3].

Raqobatbardoshlikni boshqarish jarayonining tabiati va ustuvorligini tushunish borasida tadqiqotchi olimlarning qarashlari haligacha uyg'unlashmagan. Xususan, R.E.Mansurov raqobatbardoshlikni boshqarish strategik maqsadlarga

muvoqif yetakchilikka erishish uchun tashqi ta'sirlarga qarshi turishga qaratilgan faoliyatdir [4], deb hisoblaydi. A.Kuzmin esa raqobatbardoshlikni boshqarish raqobatbardosh mahsulotlarni yaratish va sotish siyosatini belgilovchi umumiy boshqaruv funksiyalarini amalga oshirish qismi sifatida tushunadilar. Ushbu sohadagi maqsadlar va mas'uliyatlar ma'lum bir raqobat tizimida rejalashtirish, tezkor boshqarish, ta'minlash va takomillashtirish vositasida amalga oshiriladi [5]. M.Galelyuk korxonaning mahsulotlari raqobatbardoshligini ta'minlash va yaxshilash maqsadida umumiy funksiyalarni bajarish orqali amalga oshiriladigan boshqarishning o'ziga xos funksiyasi bilan raqobatbardoshlikni boshqarishni nazarda tutadi [6].

Olib borilgan tadqiqot natijalariga asoslanib, barcha bozor ishtirokchilariga mos ravishdagi korxonalar raqobatbardoshligining umumiy tan olingan ta'rifini uchratish qiyin.

Mahalliy tadqiqotchilar tomonidan raqobatbardoshlikka erishish va raqobat ustunliklarini ta'minlash bo'yicha ko'plab ilmiy tadqiqot ishlari bajarilgan. Har bir korxonaning doimiy maqsadi raqobatbardoshlikka erishishdir. Yengil sanoat korxonalari nafaqat raqobatbardoshlikka erishish choralarini ko'rishi balki, raqobatbardoshlikni boshqarish tizimini ham ishlab chiqishlari bugungi kunda dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Boshqaruv bu subektlar, organlar tomonidan kishilarga va iqtisodiy obektlarga kutilayotgan natijaga erishish, ularni xatti-harakatini yo'naltirish maqsadida ularga ongli ta'sir ko'rsatishdir. Demak, raqobatbardoshlikni boshqarish tizimi muayyan boshqaruv mexanizmini ishlab chiqishni talab etar ekan.

#### 1-jadval

##### Korxonalar raqobatbardoshligi mazmuniga bo'lgan qarashlar evolyusiyasi

Mualliflar	Aniqlanishi
Barinov V.	Obektlarning raqobatbardoshligi uning elementlarining raqobatbardoshligi va mazkur maqsadga erishish uchun ularni tashkil etishdan iborat.
Blinov A.O., Zaxarov V.Ya.	Raqobatchilarga nisbatan o'z maqsadlariga erishish imkoniyatini beradigan ustunlikni yaratish qobiliyati.
Zaxarov A.N.	Iqtisodiyot raqobat subektining samarali faoliyati uchun ma'lum bir ustunlikka ega bo'lishdir.
Kalashnikova L.M.	Boshqaruv tizimi, mahsulot sifati, jamiyat yoki uning alohida a'zolari tomonidan talab qilinadigan mahsulot turlarining ko'pligi,

	barqaror moliyaviy holati, innovatsiya qilish qobiliyati, resurslardan samarali foydalanish, maqsadli xodimlarni boshqarish, tarqatish va xizmat ko'rsatish tizimlari darajasi va kompaniyaning nufuzi bilan belgilanadigan murakkab tushuncha.
Kupriyanova T.	Kompaniya tomonidan mavjud bo'lgan segmentlarda olib boriladigan cheklangan miqdordagi to'lovga qodir talab uchun kurash.
Marakulin M.V.	Kompaniyaning mavjud raqobatbardosh ustunliklarini, hech bo'lmaganda, o'zgarishsiz saqlab qolgan holda, dinamik raqobat muhitida ishlash qobiliyati.
Figurnov E., Dones Yu.	Korxonaning ishlab chiqarish salohiyatidan unumli foydalanish samaradorligi.
Svetunkov S.G.	Raqobatbardoshlik – bu tegishli bozorning ma'lum bir ulushiga ega bo'lgan subektning mulki. Bu subektning texnik, funksional, iqtisodiy, tashkiliy va boshqa xususiyatlarining iste'molchilar talablariga javob berish darajasini hamda subektga tegishli bozor ulushini va ushbu bozorning boshqa sub'ektlar foydasiga qayta taqsimlanishiga yo'l qo'ymaydi.
Zavyalov P. S.	Tashkilotning raqobatbardoshligi – bu iqtisodiy faoliyatni samarali olib borish va uni raqobatbardosh bozorda amaliy, foydali amalga oshirish qobiliyatidir.

Iste'molchilar uchun raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishning mavjud salohiyat imkoniyatlari, ular iste'mol xususiyatlari va narx xususiyatlari jihatidan raqobatchilarning o'xshash mahsulotlariga qaraganda jozibador va ishlab chiqaruvchi uchun foydalidir. Korxonaning raqobatbardoshlik omillari tashqi omillarga, ularning namoyon bo'lishi korxonaga kam bog'liq va deyarli butunlay korxonaning rahbariyati tomonidan belgilanadigan ichki omillarga bo'linadi. Korxonaning tashqi muhit omillariga bevosita ta'sir ko'rsatish qobiliyati juda cheklangan, chunki bu omillar asosan korxonaga nisbatan obektiv ravishda ishlaydi. Korxonaning raqobatbardoshligini ta'minlashning real imkoniyatlari ichki muhit omillariga ham bog'liq. Biroq, bu omillarga ta'sir qilish turli darajadagi samaradorlik bilan amalga oshirilishi mumkin. Texnik va texnologik faoliyat sharoitlariga innovatsion o'zgarishlar odatda katta kapital qo'yilmalarni va uzoq muddatli o'zini oqlash muddatini talab qiladi. Biroq, shuni ta'kidlash kerakki, butun dunyo bo'ylab ilmiy va texnologik taraqqiyotning hozirgi yuqori darajasini hisobga olgan holda, korxonalarining iqtisodiy salohiyatini katta qismini tashkil etuvchi ishlab chiqarish salohiyati amalda ishlab chiqarishda qo'llaniladigan zamonaviy texnologiyalarga bevosita bog'liq.

Ilm-fan va texnika taraqqiyoti davrida zamonaviy iqtisodiyotning erkinlashuvi va korxonalar tomonidan mahsulot ishlab chiqaruvchilar orasida raqobatning keskin rivojlanib borayotganligi hamda korxonalarining samarali faoliyati, eng avvalo o'z mahsulotlari tannarxini pasaytirish, uning sifatini keng ko'lamda yaxshilash va mahsulotlarning iste'mol bozorida tez sur'atlarda sotilishiga bog'liq bo'lib qolmoqda. Korxonaning raqobatbardoshligini ma'lum bir vaqt oralig'ida raqobat bosimi ostida o'z maqsadlariga erishish qobiliyati sifatida aniqlash mumkin. Korxonaning raqobatbardoshligi – bu uning raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish qobiliyatini va ma'lum bir sohada boshqa korxonalariga nisbatan raqobatbardoshlik ustunliklarini, ichki, xalqaro miqyosda aks ettiruvchi iqtisodiy kategoriyadir desak ancha to'g'riroq bo'lur edi. Mahalliy iqtisodchi olimlarimizdan D.Qosimova va A.Adashevlar fikricha, “mahsulot raqobatbardoshligi esa, birinchi navbatda uning sifat ko'rsatkichiga bog'liq. Bozor munosabatlari sharoitida mahsulot sifati deganda, unga iste'molchi nazari bilan yondashish lozim, toki u yetishtirilgan mahsulotlar orasidan o'ziga eng ma'qul bo'lganini tanlab olish imkoniyatiga ega bo'lishligini ko'rsatib o'tishadi” [7].

Korxonaning raqobatbardoshligini faqat bir xil sohada faoliyat ko'rsatayotgan korxonalar guruhi ichida ham baholash mumkin. Shu munosabat bilan, korxonaning raqobatbardoshligini baholash asosan taqqoslash mezonlarni to'g'ri tanlash kerak bo'ladi.

Raqobatchilarni quyidagi tarzda taqqoslash zarur bo'ladi:

- 1) ishlab chiqarilgan mahsulotlarining xususiyatlari, ehtiyojlarni qondirishning o'ziga xosligi;
- 2) ishlab chiqarilgan mahsulotlar mo'ljallangan bozor segmentlari;
- 3) korxonalar faoliyat yuritadigan hayotiylik siklining aylanish bosqichlari.

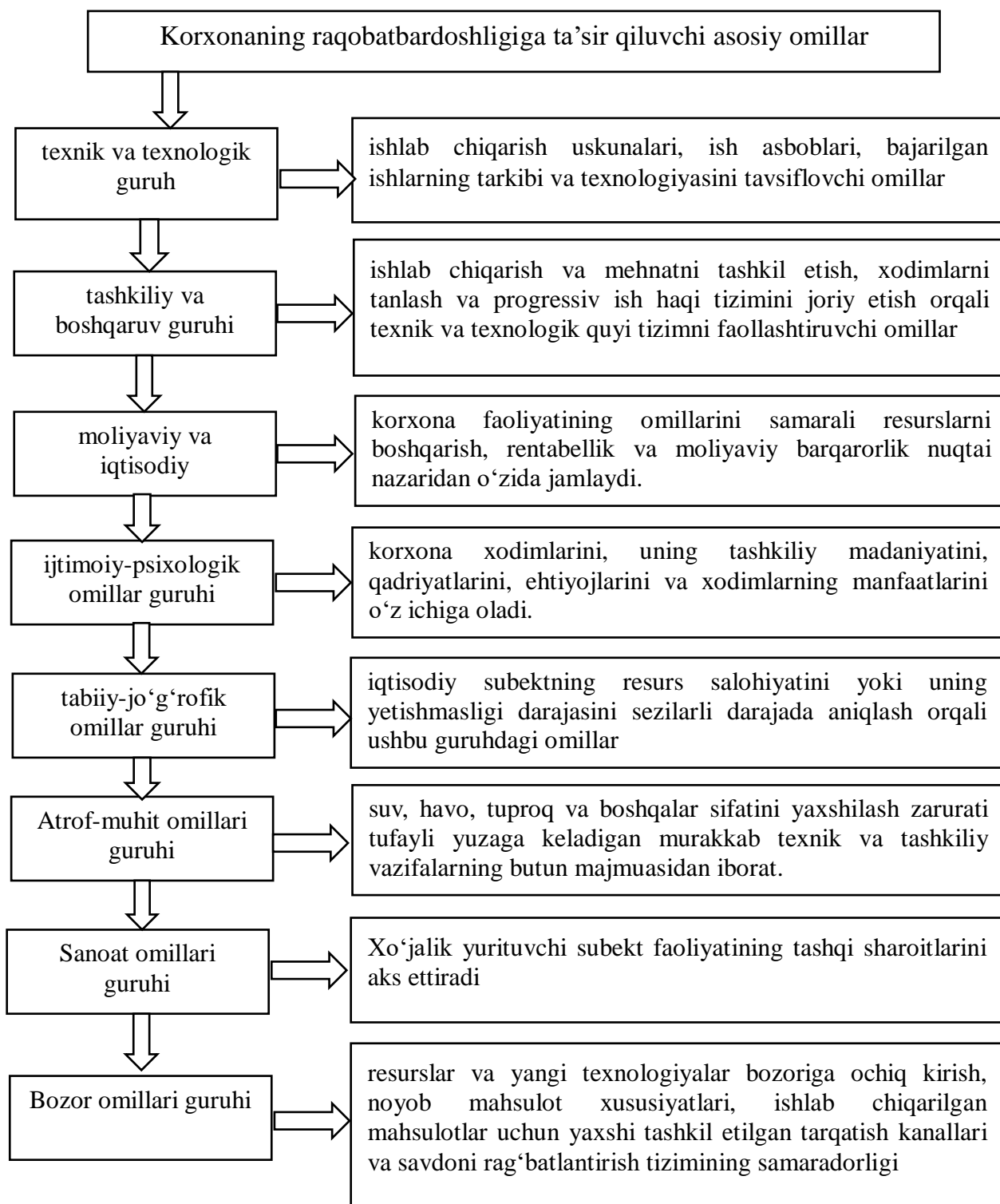
Korxonaning raqobatbardoshligi – bu bozorda uning boshqa ishtirokchilaridan yuqori bo'lmagan va sifat jihatidan yomon bo'lmagan narxda foydali ishlab chiqarish va sotish qobiliyatidir. Shuning uchun korxonaning raqobatbardoshligi uchta asosiy omil bilan belgilanadi:

- 1) resurs (tayyor mahsulot birligiga qilinadigan jismoniy resurs sarfi);

2) narx (barcha ishlab chiqarish resurslari va tayyor mahsulotlar narxlari darajasi);

3) atrof-muhit ekologik omillar (davlatning olib borayotgan iqtisodiy siyosati va uning bozor ishtirokchilariga bo'lgan ta'siri) [8].

Korxonaning boshqaruv, texnologik va moliyaviy salohiyatini tashkil etish raqobatbardoshlikning resursga asoslangan tamoyilining o'sishini ta'minlashi mumkin. Xom-ashyo va yarim tayyor mahsulotlar, shuningdek, kompaniyaning o'z tayyor mahsulotlari uchun bozor narxlarini nazorat qilish ancha murakkab, chunki narxlar darajasi ko'p jihatdan global va milliy iqtisodiyotning holatiga bevosita bog'liq bo'ladi. Shuningdek, korxonalarining raqobatbardoshligiga bank tizimining ishonchliligi, inflyatsiya darajasi, foiz stavkalari, valyuta kurslari, tashqi savdo tariflari va kompaniyaning raqobatbardoshligiga bevosita ta'sir qiluvchi tamoyillarini o'z ichiga oladi. Shuning uchun, kichik va o'rta biznes kompaniyalari, tashqi raqobatbardoshlik omillarining sezilarli miqdorini nazorat qila olmaydi. Globallashtirilgan iqtisodiyotda davlatning iqtisodiy siyosati tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Korxonalar, bir tomondan, turli xil tovarlarni ishlab chiqarishni tezda o'zlashtira oladigan, ikkinchi tomondan, o'z mijozlariga bozor talablarining o'zgarishini hisobga olgan holda yoki yuqori darajadagi ehtiyojlarni shakllantirishni boshlagan holda yangi mahsulot va xizmatlarni taqdim etadigan korxonalaridir. Iqtisodiy subektning faol innovatsiyasi uning bozor talablariga javob berishini oshiradi, ya'ni moslashuvchanligini ta'minlaydi. Korxonaning innovatsiyaga moslashuvchanligi uning strategik joylashuvining samaradorligini belgilaydi.



**1-rasm. Korxonaning raqobatbardoshligiga ta'sir qiluvchi asosiy omillarning guruhlar bo'yicha iqtisodiy mazmun-mohiyati.**

Korxonaning raqobatbardoshligiga ta'sir qiluvchi asosiy omillar guruhlarini (1-rasm) bo'yicha quyidagi tartibda keltirib o'tish mumkin: texnik va texnologik guruh, tashkiliy va boshqaruv guruhi, moliyaviy va iqtisodiy, ijtimoiy-psixologik omillar guruhi, tabiiy-jo'g'rofik omillar guruhi, atrof-muhit omillari guruhi, sanoat

omillari guruhi, bozor omillari guruhi.

Yuqorida tavsiflangan korxonaning raqobatbardoshlik darajasiga ta'sir qiluvchi omillar tizimi mos keladigan ko'rsatkichlar tizimini ishlab chiqish imkonini beradi.

Shunday qilib, korxonaning raqobatbardoshligini boshqarishning maqsadi, raqobat muhitida uning muvaffaqiyatli ishlashi uchun shart-sharoitlarni ta'minlash va har qanday iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy va boshqa o'zgarishlar yuzasidan mamlakat ichkarisida va tashqarisida ushbu korxonaning boshqalarga nisbatan ustunliklarini ta'minlashdir. Raqobatbardoshlikni boshqarish mexanizmi texnik, iqtisodiy, ijtimoiy, psixologik, huquqiy, tijorat, tashkiliy jihatlariga asoslangan holda murakkab boshqaruv toifasiga kiradi [9]. Tadqiqotchi L.Kirichenkonning fikriga ko'ra, korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish uchun quyidagi masalalarga muvofiq chora-tadbirlar ishlab chiqishi kerak: ilmiy-texnologik masalalar, ishlab chiqarish texnologiyalarini takomillashtirish masalalari, ixtiro va ixtirolarni qo'llash, zamonaviy ishlab chiqarish vositalarini avtomatlashtirishni joriy etish, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni tartibga solish, texnik, iqtisodiy ko'rsatkichlar va boshqalar [10]. Zamonaviy nazariya va amaliyotda korxonaning raqobatbardoshlikni boshqarishning eng muhim jihati – raqobatbardoshlikni miqdoriy baholash, tahlil qilish, raqobatbardoshlikni prognozlashtirish, marketing va moliyaviy ko'rsatkichlarni oshirish usullarini tadqiq etish va strategik normalarni shakllantirishdir. Ularni qo'llash bozor ishtirokchilarining qiyosiy tahlilini o'tkazishga va boshqaruv qarorlarini qabul qilishga imkon beradi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, korxonaning raqobatbardoshligini oshirish bugungi zamonaviy bozorning tabiiy omiliga aylangan. Sanoat korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirishning izchil va barqaror rivojlanishini ta'minlashda kelgusi davr uchun yuqorida keltirilgan tamoyillarni har tomonlama hisobga olish, turli darajalardagi iqtisodiy taraqqiyot dasturlarning ishlab chiqilishi va aniq belgilab olinishi kerak. Shuningdek, zamonaviy sharoitda yengil sanoat korxonalarini bozorda past raqobatbardoshlik darajasiga ega va import o'rnini bosish siyosati yuritilgan taqdirda ham ichki talabni to'liq qondira olmayapti. Bizningcha,

innovatsion faoliyatga investitsiyalarning yetishmasligi sanoat tarmog‘i rivojiga to‘sqinlik qilmoqda. Holbuki, bu milliy iqtisodiyotning barcha soha va tarmoqlari raqamli iqtisodiyotga o‘tishi talab etilmoqda. Mavjud holatdan kelib chiqib, yengil sanoat korxonalari mahsulotlari raqobatbardoshligini barqarorlashtirishning samarali vositalari sifatida moslashuvchan boshqaruvni joriy etish hamda biznes jarayonlarni qat’iy optimallashtirish usullari yoki transformatsion metodlardan foydalanish, axborot texnologiyalarini keng qo‘llash zaruriyatini tug‘diradi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. Большой экономический словарь / А. Н. Азрилян, О. М. Азрилян, Е. В. Калашникова и др.; под ред. А. Н. Азриляна. – Москва: Институт новой экономики, 2014.
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг – Москва: ЗАО «Бизнес школа» Интел-синтез», 2000. – 251 с.
3. Ермолов М.О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара. Как продать товар на вашем рынке. – Москва: Мысль. 2021. – 284 с.
4. Мансуров Р.Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – №2 (52). – С.94.
5. Кузмин А. Управление международной конкурентоспособностью предприятия: учебное пособие. – Львов: Компакт-ЛВ, 2005.
6. Галелюк М.М. Система управления конкурентоспособностью машиностроительного предприятия // Вестник экономической науки Украины, 2008. – №2. – С.15.
7. Қосимова Д., Адашев А. Саноат корхоналарида маҳсулот рақобатбардошлигини оширишнинг йўналишлари //Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар, 2019. – № 2.

8. Петров В. Конкурентоспособность. Анализ факторов, показателей и критериев, определяющих успех субъектов рынка в конкурентной борьбе на различных уровнях экономической деятельности (микро-, мезо-, макро-, глобальном) / В. Петров // Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция, 2019. – № 6. – С. 19–23.

9. Шешукова Т.Г., Колесень Е.В. Оценка затрат на исследования и разработки как компонент инновационного потенциала предприятия // Вестник Пермского университета. Сер. Экономика, 2012. – Вып. 2. – С. 25-34.

10. Кириченко Л. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия // Вестник КНТЭУ, 2009. – №1. – С.62-66.