

## Разработка Стратегии Повышения Конкурентоспособности Предприятия Текстильной Промышленности

Гафарова Д. Т.

Азиатский международный университет, г.Бухара, Республика Узбекистан

**Аннотация:** В данной статье описана сущность конкурентоспособности предприятий и методы ее оценки, показаны результаты проведенных исследований конкурентных позиций предприятия текстильной промышленности Бухарского региона Республики Узбекистан, сделано сравнение позиций исследуемого предприятия с предприятиями – конкурентами с целью выявления основных проблем и разработки рекомендаций по повышению его конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность предприятия, методы оценки конкурентоспособности, текстильная отрасль, кластер, PEST-анализ, чек – лист, многоугольник конкурентоспособности, конкурентная стратегия.

Изначально в экономическую науку понятие «конкуренция» пришло из повседневной жизни, и главным его наполнением было независимое соперничество среди двух или более лиц. То есть отправной точкой для развития его трактовки в литературе экономической направленности стал поведенческий подход, поскольку категория конкуренции относилась, прежде всего, к свойствам индивида, заложенным в его природе, которые так же находили свое отражение в стремлении к соперничеству в рамках экономической деятельности.

Конкурентоспособность организации отражает ее возможности выпускать продукцию, способную конкурировать с аналогами на рынке, а также наличие у этой организации конкурентных преимуществ в сравнении с другими участниками отрасли на внутреннем и на внешнем рынках. Оценка конкурентоспособности предприятия может быть проведена при наличии выборки предприятий из конкретной отрасли, то есть процесс анализа должен, прежде всего, начинаться с выбора основных объектов, которые будут в дальнейшем сопоставляться. Во многом конкурентоспособность предприятий диктуется их способностью преобразовывать ресурсы, находящиеся у себя в распоряжении, в конечную конкурентоспособную продукцию; увеличивать результативность и эффективность функционирования предприятия; сокращать затраты и наращивать объемы прибыли, таким образом не уступая конкурентам. Сущность конкурентоспособности показана на рисунке 1.



## Рисунок 1 – Сущность конкурентоспособности предприятий

*Источник: составлено автором*

Анализ конкурентоспособности предприятия включает в себя различные методы и подходы, которые помогают оценить его позиции на рынке и выявить ключевые факторы успеха. Указом Президента Республики Узбекистан, «О мерах по дальнейшему кардинальному улучшению деловой среды и предоставлению большей свободы предпринимательству», дана критическая оценка современному состоянию деловой среды. Принят целый комплекс мер, для сокращения, упрощения и повышения уровня прозрачности всех видов процедур, связанных с деятельностью предприятий, внедрения общепринятой в мировой практике системы критериев оценки условий для ведения бизнеса и на этой основе дальнейшего повышения международного рейтинга уровня делового и инвестиционного климата страны. Особенно выделяя текстильную и легкую промышленности как развивающиеся отрасли Республики Узбекистан. Текстильная промышленность Узбекистана — одна из самых динамично развивающихся отраслей экономики страны. Ежегодно она демонстрирует устойчивую тенденцию к росту и занимает ведущие позиции в привлечении иностранных инвестиций при создании новых предприятий, обеспечении занятости населения. Кластерная система была внедрена в Узбекистане в 2017 году. Внедрение текстильных кластеров призвано повысить удовлетворённость внутренних нужд страны, снизить зависимость от импорта и повысить экспортный потенциал государства. В частности Кластеры в Бухарском регионе Узбекистана смогли создать 3 600 рабочих мест. На данный момент здесь действуют 11 хлопково-текстильных кластеров. В прошлом году им удалось вырастить более 358 тысяч тонн хлопка почти на 99 тысячах гектарах земель. В области запустили 36 проектов на общую сумму 2,3 трлн. сумов, экспорт продукция составил около \$77 млн. По данным Комитета Республики Узбекистан по статистике, на долю текстильной промышленности в стране приходится более 12 % от общего объема промышленного производства, его доля в общем объеме ВВП превысила 10 %. Количество текстильной продукции в общем объеме промышленной продукции составило более 10%, а доля текстильной продукции в структуре обрабатывающей промышленности за последние пять лет, составила в целом 16,6%. Основной фокус в процессах производства смещается с сырья, такого как хлопчатобумажная пряжа, на продукты с добавленной стоимостью в цепочке производства. Одним из предприятий текстильной промышленности в регионе является Общество с ограниченной ответственностью "ZUXAL-HUNAR ZAR". Это фабрика, которая была запущена в 2005 году. История предприятия уходит корнями в годы независимости. После обретения Республикой Узбекистан независимости было заложено направление развития легкой промышленности. В 2002 году совместно с белорусскими коллегами в Ташкенте было создано совместное узбекско-белорусское текстильное предприятие "Пешку", в котором узбекским местным предпринимателям принадлежит 70%, а иностранным-30% доли в уставном капитале. В это время в Национальном банке был получен кредит в размере 3 миллионов долларов США, а в 2004 году оборудование для предприятия было импортировано из Швейцарии. В первый год было произведено 30 тонн пряжи, а к следующему году - 3000 тонн пряжи. В 2020 году белорусское совместное текстильное предприятие было ликвидировано, а «Zuxal-hunar zar» преобразовано в предприятие, работающее с местными предпринимателями. Сегодня на предприятии работают 75 молодых людей. В настоящее время переработкой хлопко-волокна занимаются узбекские и российские предприниматели. Предприятие занимается прядением хлопкового волокна. Предприятие работает в 3 смены. На предприятии 6 ленточных машин, 2 шлифовальные машины. В прядильном отделении имеется 7 прядильных машин, которые ткут бобинную пряжу. Первоначально он экспортировался в Китай, Турцию, Белоруссию, Россию, Украину, Польшу. В настоящее время продукция реализуется на местном рынке и экспортируется в

Россию. Предмет исследования, представленной в данной статье - показатели его конкурентоспособности. Перед нами стояли задачи рассмотреть конкурентоспособность и методы ее оценки, сделать анализ работы "ZUXAL-HUNAR ZAR" и разработать мероприятия для повышения его конкурентоспособности. Из-за того, что предприятие неохотно делится информацией о своей работе, не показывает всю финансовую и статистическую отчетность, проведем анализ компонентов внешней среды экспертными методами оценки. Одним из таких методов, является PEST-анализ. Существует определенный порядок проведения PEST-анализа. Выделяют следующие этапы проведения внешнего анализа:

1. Разрабатывается перечень внешних стратегических факторов, имеющих высокую вероятность реализации и воздействия на функционирование предприятия.
2. Оценивается значимость (вероятность осуществления) каждого события для данного предприятия путем присвоения ему определенного веса от единицы (важнейшее) до нуля (незначительное). Сумма весов должна быть равна единице, т.к. обеспечивается нормированием.
3. Дается оценка степени влияния каждого фактора-события на стратегию предприятия по 5-балльной шкале: «пять» — сильное воздействие, серьезная опасность; «единица» — отсутствие воздействия, угрозы.
4. Определяются взвешенные оценки путем умножения веса фактора на силу его воздействия, и подсчитывается суммарная взвешенная оценка для данного предприятия.

Суммарная оценка указывает на степень готовности предприятия реагировать на текущие и прогнозируемые факторы внешней среды [15, с.121].

Приведем данные опроса экспертов – это специалисты в области банковского дела, знакомые менеджеры, предприниматели региона и оформим анализ в таблице 1.

**Таблица 1 - Результаты анализа внешних стратегических факторов предприятия- PEST-анализ**

Внешние стратегические факторы	Вес	Оценка	Взвешенная оценка
<b>Возможности</b>			
Наличие сырьевой базы	0,1	4	0,4
Государственная поддержка малого бизнеса	0,15	3	0,45
Увеличение доли рынка	0,15	2	0,3
Экономическая стабильность	0,1	3	0,3
<b>Угрозы</b>			
Конкуренция на внутреннем рынке	0,2	4	0,8
Снижение активности потребителей	0,1	2	0,2
Государственное регулирование деятельности	0,05	3	0,15
Поведение поставщиков (качество сырья)	0,15	3	0,45
<b>Итого</b>	<b>1,00</b>	<b>x</b>	<b>3,05</b>

Полученная оценка - 3,05 показывает, что реакция предприятия на стратегические факторы внешней среды находятся на среднем уровне.

Для оценки конкурентов составим многоугольник конкурентоспособности. Первым шагом определим ключевые критерии конкурентоспособности услуги в нашей отрасли. 2 шаг –

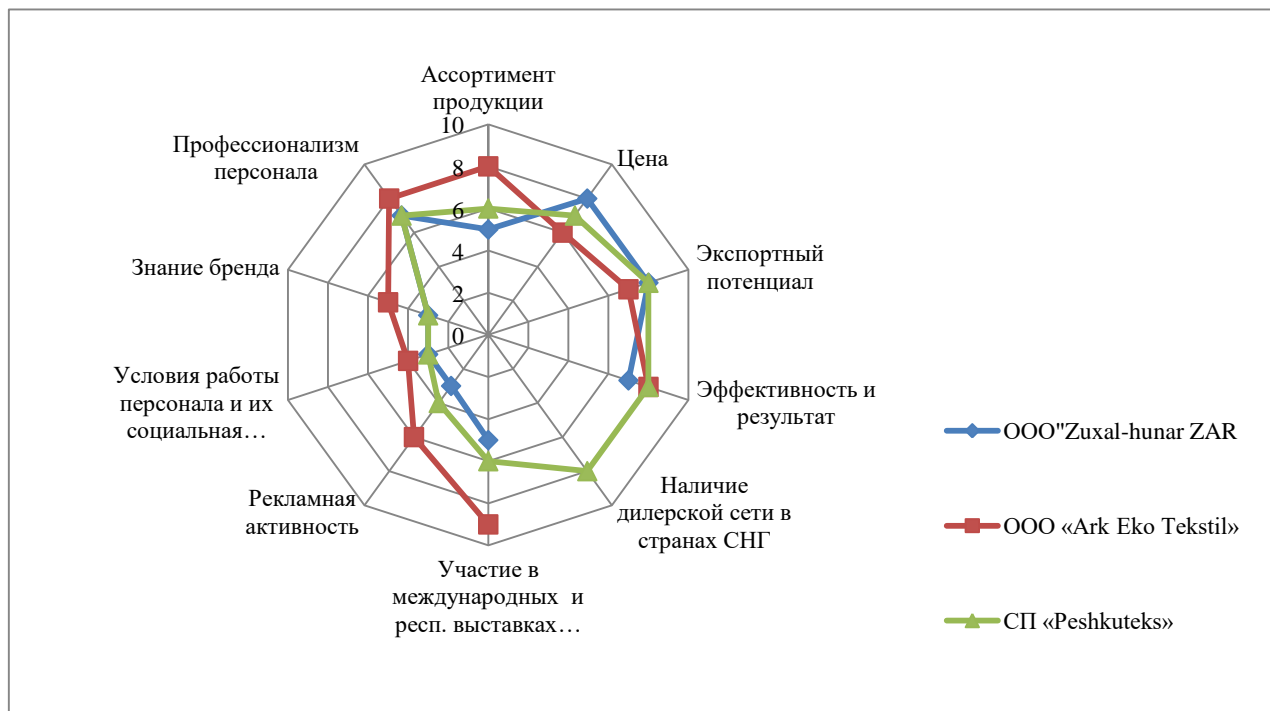
оценить конкурентоспособность услуги нашего предприятия и услуг конкурентов по выявленным критериям от 1 до 10 баллов, где 1 балл - самая низкая оценка, а 10 - самый высокий балл. Составим таблицу 2, где укажем баллы по каждому критерию.

**Таблица 2 - Чек – лист сравнительных оценок конкурентоспособности продукции**

Критерии конкурентоспособности	ООО"Zuxal-hunar ZAR	Конкуренты	
		ООО «Ark Eko Tekstil»	СП «Peshkuteks»
Ассортимент продукции	5	8*	6
Цена	8*	6	7
Экспортный потенциал	8*	7	8*
Эффективность и результат	7	8*	8*
Наличие дилерской сети в странах СНГ	-	-	8*
Участие в республиканских и международных выставках и ярмарках по текстилю	5	9*	6
Рекламная активность	3	6*	4
Условия работы персонала и их социальная поддержка	3	4*	3
Знание бренда	3	5*	3
Профессионализм персонала	7	8*	7

*Примечание: \*- конкурентные преимущества*

Построим многоугольник конкурентоспособности, который представим на рисунке 2.



**Рисунок 2 - Многоугольник конкурентоспособности (выполнено автором)**

Нашему предприятию, которое занимает среднюю позицию, для повышения конкурентоспособности необходимо перераспределить бюджет в пользу маркетинговых

исследований, увеличения рекламной активности, расширения ассортимента, поиска новых рынков и каналов сбыта продукции.

Изучив деятельность нашего предприятия можно выделить следующие пути повышения его конкурентоспособности:

1. Непрерывное использование нововведений.
2. Поиск наиболее совершенных форм выпускаемой продукции и расширение ассортимента.
3. Выпуск продукции, удовлетворяющей требованиям государственных и мировых стандартов качества.
4. Использование сырья и материалов наивысшего качества.
5. Обучение и переподготовка персонала.
6. Улучшение условий труда и мотивирование работников.
7. Проведение маркетинговых исследований рынка с периодичностью не менее 1 раза в год.
8. Анализ деятельности конкурентов на постоянной основе.
9. Использование наиболее эффективных каналов рекламы.

Используя данные пути, ООО может повысить свою конкурентоспособность, и вместе с тем укрепить свою финансовую устойчивость. Основная задача, возникающая у предприятия, функционирующего в рыночных условиях, это выживание или способность своевременно платить по своим обязательствам, иными словами - обеспечение платежеспособности. Эта проблема решается через реализацию готовой продукции и услуг, проведением маркетинговых исследований и мероприятий; регулярного мониторинга рынка, ассортимента, регулирования ценовой политики в соответствии со спросом потребителей и производственными затратами. После достижения платежеспособности перед предприятием возникает вопрос достижения прибыльности. В данной ситуации маркетинговые мероприятия целесообразно дополнить экономической и организационно-технологической составляющими. После преодоления текущих проблем осуществляется переход к рассмотрению задач следующего уровня. Главной характеристикой второго уровня является стратегическая политика предприятия. Менеджмент предприятия должен разработать систему приоритетных направлений своего функционирования, которые приведут к пониманию того, каким должно быть предприятие в средне- и долгосрочной перспективе. Для этого необходимо разработать стратегическую концепцию, проводить постоянно SWOT-анализ и анализ бизнес-процессов, и на их основе разрабатывать стратегии для каждого структурного подразделения и предприятия в целом. Существенной проблемой повышения конкурентоспособности является столкновение интересов предприятия с интересами потребителей. По моему мнению, данная проблема может быть скорректирована в ходе реализации рыночных отношений клиентов предприятия, в результате чего, реализация продукции станет эффективной как для самого предприятия, так и для потребителей. Реализация данной корректировки представляется возможной только при преодолении определенных барьеров, обусловленных исходным противоречием.



**Список литературы**

1. Указ Президента страны «О мерах по дальнейшему кардинальному улучшению деловой среды и предоставлению большей свободы предпринимательству». 18 августа 2012 года № УП-4455
2. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему сокращению и упрощению лицензионных и разрешительных процедур в сфере предпринимательской деятельности, а также улучшению условий ведения бизнеса» №уп-5409 11.04.2018;
3. Указ Президента Республики Узбекистан от 27.07.2018 г., за № уп-5490 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы защиты прав и законных интересов субъектов предпринимательства»;
4. Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по созданию условий для развития активного предпринимательства и инновационной деятельности» от 05.05.2018 г. N ПП-3697
5. Постановление Президента Республики Узбекистан «О реализации программы "Каждая семья - предприниматель"» от 07.06.2018 г., № ПП-3777
6. Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по созданию условий для предпринимательства» от 15.10.2018 г. за № ПП-3970
7. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему совершенствованию порядка организации и государственной регистрации субъектов предпринимательства», Ташкент, 12 мая 2011 года № ПП-1529
8. Закон Республики Узбекистан «О конкуренции», Ташкент, 3 июля 2023 г., № ЗРУ-850
9. Воронов Д. С. Соотношение конкурентоспособности предприятия и конкурентоспособности его продукции / Д.С. Воронов // Современная конкуренция. – 2015. – №1. – С. 39–53.
10. Герчикова И. Н., Русинович, М. В. Применимость шведского опыта организации финансово-промышленных групп в российских условиях / И. Н. Герчикова, М. В. Русинович // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2008. – № 7(82). – С. 89-99.
11. Shamsiya, A. (2023). HR MANAGEMENT AND COACHING IN THE INNOVATIVE ECONOMY AS A METHOD OF BUSINESS MANAGEMENT. Modern Science and Research, 2(10), 712-717.
12. Abidovna, A. S. (2024). The Importance of Personnel Management in the Operations of an Organization. Miasto Przyszłości, 49, 971-975.
13. Alimova, S. O. FEATURES OF THE STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM OF INDUSTRIAL ENTERPRISES. Kielce: Laboratorium Wiedzy Artur Borcuch.
14. Рахматов, Ж. А., Алимова, Ш. А., & Бобомуродов, К. Х. (2021). Стратегия инвестиционной политики Республики Узбекистан.
15. Алимова, Ш. А. (2021). ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА КАК НОВЫЙ ЭТАП ГЛОБАЛИЗАЦИИ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ, 234-238.
16. Alimova, S. (2024). NEW APPROACHES TO THE EFFECTIVENESS OF INTERACTION BETWEEN PROFESSIONAL EDUCATION AND EMPLOYERS. Modern Science and Research, 3(7), 211-218.

17. Abidovna, A. S. (2024). COMMUNICATION PROCESS MANAGEMENT AS A TOOL TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF MODERN ORGANIZATIONS. *Gospodarka i Innowacje.*, 49, 211-217.
18. Bazarova, M. (2024). MARKETING MANAGEMENT STRATEGY'S IMPORTANCE AND MODERN CONCEPT. *Modern Science and Research*, 3(6).
19. Bazarova, M. (2024). FEATURES OF BANKING MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS. *Modern Science and Research*, 3(6).
20. Хайитов, Ш. Н., & Базарова, М. С. (2020). Роль иностранных инвестиций в развитии экономики Республики Узбекистан. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 284-287).
21. Базарова, М. С., & Пулатов, Ш. Ш. (2019). Проблемы банковской системы узбекистана и пути их решения. *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации*, 131-133.
22. Bazarova, M. S. (2022). FACTORS THAT ENSURE THE SUCCESSFUL IMPLEMENTATION OF A SYSTEM OF KEY PERFORMANCE INDICATORS IN THE FIELD OF HIGHER EDUCATION. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 10(11), 582-586.
23. Базарова, М. С. (2021). ЭКОНОМИКА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЕЁ РАЗВИТИИ. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 350-354).
24. Khudoynazarovich, S. A. (2023). CREATING VALUE IN A TOURIST DESTINATION.
25. Xudoynazarovich, S. A. (2024). KORXONA VA TASHKILOTLARDA PERSONALNI BOSHQARISH TIZIMI VA TAMOYILLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 48, 685-690.
26. Shadiyev, A. (2024). TA'LIM MENEJMENTI. TA'LIMNI BOSHQARISH USULLARI VA QARORLARI. *Modern Science and Research*, 3(6).
27. Khudoynazarovich, S. A. (2021). An Opportunity of Internet Marketing in Tourism Sphere. *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development*, 3(3), 356-361.
28. Shadiyev, A. (2022). EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF SINGAPORE TOURISM IN UZBEKISTAN. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ* (buxdu.uz), 23(23).
29. Ibodulloyevich, I. E. (2024). XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING XORIJIY TAJRIBALARI.
30. Ibodulloyevich, I. E. (2024). XIZMATLAR SIFATI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO 'NALISHLARI.
31. Ibodulloyevich, I. E. (2024). Ijtimoiy Soliq Stavkasini Kamaytirish Orqali Davlat Budjeti Daromatlarini Oshirish Imkoniyatlari. *Gospodarka i Innowacje.*, 48, 348-353.
32. Ikromov, E. (2024). SCIENTIFIC AND THEORETICAL BASIS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF SERVICE ENTERPRISES. *Modern Science and Research*, 3(2), 103-109.
33. Ikromov, E. (2024). FEATURES AND ADVANTAGES OF SERVICE ENTERPRISES. *Modern Science and Research*, 3(2), 98-102.
34. Khalilov, B. B. (2024). INTERNATIONAL ACCOUNTING ANALYSIS. *Gospodarka i Innowacje.*, 48, 740-745.

35. Халилов, Б. Б., & Курбанов, Ф. Г. (2020). Важность подготовки кадров в экономике. Вопросы науки и образования, (6 (90)), 12-14.
36. Khalilov, B. B. (2024). ROLE OF INTERNAL AUDITING IN INTERNATIONAL COMPANIES. *Gospodarka i Innowacje.*, 47, 413-419.
37. Bakhodirovich, K. B. (2023). CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF IMPROVING ACCOUNTING IN SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP. *IMRAS*, 6(6), 161-165.
38. Bahodirovich, K. B. (2023). The International Financial Reporting Standards (IFRS) Mean to Businesses and Investors in Uzbekistan. *Miasto Przyszłości*, 42, 746-750.
39. Nafisa, R. (2024). THE PLACE AND ROLE OF TOURISM IN THE ECONOMY OF UZBEKISTAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 48, 279-284.
40. Mukhammedrizaevna, T. M., Bakhridinovna, A. N., & Olimovna, R. N. TOURIST LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: STRATEGIES FOR REDUCING COST AND IMPROVING SERVICE. *Zbiór artykułów naukowych recenzowanych*, 90.
41. кизи Рахмонкулова, Н. О. (2023). КИЧИК САНОАТ ЗОНАЛАРИНИНГ ХУДУДЛАР ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ. "Экономика и туризм" международный научно-инновационной журнал, 6(14).
42. Орипов, М. А., Аминова, Н. Б., & Рахманкулова, Н. О. (2020). Экологически чистое и устойчивое управление цепочками поставок в экономике платформы. *Вестник науки и образования*, (13-2 (91)), 28-30.
43. Bakhridinovna, A. N., & Kizi, R. N. O. (2021). The impact of the digital economy on resource consumption.
44. Nafisa, R. (2024). THE ROLE OF THE MODERN MANAGER IN THE ECONOMY. *Gospodarka i Innowacje.*, 49, 148-154.
45. Raxmonqulova, N. (2023). THE DEVELOPMENT OF CRYPTOCURRENCIES IN THE DIGITAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 2(10), 192-194.
46. Nafisa, R. (2024). Defects in Administration in Economic Development. *International Journal of Formal Education*, 3(9), 17-24.
47. Ruzmetov, B., Jumaeva, Z. K., & Xudayarova, M. (2021). International experience in attracting foreign direct investment. *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development*, 3(4), 38-43.
48. ЖУМАЕВА, З. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТОЧЕК ПРОИЗВОДСТВЕННОГО РОСТА В БУХАРСКОЙ ОБЛАСТИ. *ЭКОНОМИКА*, 4, 455-458.
49. Жумаева, З. К. (2023). Потенциал инвестиционной стратегии развития региона. *Gospodarka i Innowacje.*, 41, 333-337.
50. Jumayeva, Z. (2024). THE NEED FOR AN INNOVATIVE APPROACH IN MANAGING ORGANIZATIONS. *Modern Science and Research*, 3(1), 557-562.
51. Ruzmetov, B., Ruzmetov, S., Bakhtiyarov, S., Dzhumaeva, Z., & Juraev, K. (2023). Formation of supporting points for production growth based on diversification of the regional industry. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 449, p. 01001). EDP Sciences.
52. Jumayeva, Z. Q. (2024). METHODOLOGY OF DEVELOPMENT OF COMPREHENSIVE DEVELOPMENT PROGRAMS OF THE REGION BASED ON THE ACTIVATION OF



INVESTMENT PROCESSES. EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS STARTUPS AND OPEN SOCIETY, 4(7), 137-140.

53. Hakimovich, T. M. (2024). Iqdisodiy Nochor Korxonalarni Moliyaviy Soglomlashtirishning Moliya-Kredit Mexanizmlarini Takomillashtirish.
54. Hakimovich, T. M. (2024). KORPORATIV KORXONALARDA ISH O'RINLARINI YARATISH VA BANDLIKNI TA'MINLASHNING SAMARALI USULLARI.
55. Hakimovich, T. M. (2024). MINTAQALARDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI RIVOJLANISHIGA INVESTITSIYA JALB QILISH.
56. Hakimovich, T. M. (2024). ZAMONAVIY MENEJMENT YONDASHUVLARI ASOSIDA XALQ TA'LIMI TIZIMINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH.
57. Hakimovich, T. M. (2024). XIZMAT KO'RSATISH SOHASI RIVOJLANISHINING IJTIMOIIY-IQTISODIY AHAMIYATI VA TAMOIYILLARI. *Gospodarka i Innovacje.*, 48, 341-347.
58. Toshov, M. (2024). IMPROVING PUBLIC EDUCATION SYSTEM MANAGEMENT BASED ON MODERN MANAGEMENT APPROACHES. *Modern Science and Research*, 3(6), 716-722.
59. Toshov, M. (2024). WAYS TO DEVELOP AGROTOURISM AND ITS INFRASTRUCTURE IN POST-PANDEMIC CONDITIONS. *Modern Science and Research*, 3(6), 723-729.
60. Toshov, M. (2024). EFFECTIVE METHODS OF CREATING JOBS AND PROVIDING EMPLOYMENT IN CORPORATE ENTERPRISES. *Modern Science and Research*, 3(6), 710-715.
61. Toshov, M. (2024). ATTRACTING INVESTMENT TO THE DEVELOPMENT OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE REGIONS. *Modern Science and Research*, 3(6), 696-702.
62. Sodiqova, N. (2024). THE MAIN STAGES OF THE INNOVATION PROCESS IN THE ENTERPRISE AND ITS MANAGEMENT. *Modern Science and Research*, 3(6), 703-709.
63. Sodiqova, N. (2024). MANAGEMENT OF INNOVATIONS IN ENTERPRISE ACTIVITY OPPORTUNITIES TO USE FOREIGN EXPERIENCE. *Modern Science and Research*, 3(6), 688-695.
64. Sodiqova, N. (2024). THE MAIN METHODS OF SELECTING INNOVATIVE PROJECTS. *Modern Science and Research*, 3(6), 682-687.
65. Turayevna, S. N. (2024). THE ESSENCE AND CONTENT OF THE CONCEPT OF EMPLOYEE MOTIVATION IN BUSINESS MANAGEMENT. *Gospodarka i Innovacje.*, 48, 554-558.
66. Sodiqova, N. (2024). KORXONALARDA INNOVATSION LOYIHALARNI BAHOLASH TARTIBI VA TANLASH USULLARI. *Modern Science and Research*, 3(6).
67. Sodiqova, N. (2024). KORXONADA INNOVATSIYANING MOHIYATI VA UNING ASOSIY TUSHUNCHALARI. *Modern Science and Research*, 3(6).
68. To'rayevna, S. N. (2024). YANGI IQTISODIYOT VA UNING MOLIYA BOZORLARIGA TA'SIRI. *Gospodarka i Innovacje.*, (45), 333-339.
69. Turayevna, S. N. (2024). THE EFFECT OF LABOR PROMOTION ON WORK EFFICIENCY. *Gospodarka i Innovacje.*, 49, 142-147.
70. Bustonovna, D. Z. (2024). CREATIVE THINKING AND ITS APPLICATION IN ECONOMICS.[Data set]. Zenodo.

71. Bostonovna, D. Z. (2023). CONCEPTUAL BASIS OF IMPROVEMENT OF BANK AUDIT IN COMMERCIAL BANKS. IMRAS, 6(6), 118-124.
72. Bostonovna, D. Z. (2023). USE OF FOREIGN EXPERIENCE IN IMPROVING THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF COMMERCIAL BANKS. International Journal of Education, Social Science & Humanities. Finland Academic Research Science Publishers, 11(9), 607-613.
73. Bostonovna, D. Z. (2023). WAYS OF USING REENGINEERING IN ENTERPRISES. International Journal of Education, Social Science & Humanities. Finland Academic Research Science Publishers, 11(7), 430-435.
74. Bostonovna, D. Z. (2023). CONCEPTUAL BASIS OF IMPROVEMENT OF BANK AUDIT IN COMMERCIAL BANKS. IMRAS, 6(6), 118-124.
75. Jumayeva, Z. (2024). ROLE OF THE STATE IN REGULATING THE ECONOMY. Modern Science and Research, 3(1), 511-516.
76. Akbarovna, N. N. (2024). XIZMAT KO 'RSATISH SOHASINING TASNIFIY BELGILARI. Gospodarka i Innovacje., 48, 357-364.
77. Akbarovna, N. N. (2024). OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF CRYPTOCURRENCIES IN THE DIGITAL ECONOMY. Gospodarka i Innovacje., (45), 320-326.
78. Akbarovna, N. N. (2024). XIZMAT KO 'RSATISH KORXONALARIDA IQTISODIY RESURSLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA KO 'RSATKICHLARI. Gospodarka i Innovacje., 46, 326-335.
79. Naimova, N. (2024). STRATEGY OF DIGITALIZATION OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES OF THE STATE TAX COMMITTEE. Modern Science and Research, 3(2), 635-641.
80. Akbarovna, N. N. (2024). KORXONADA MEHNAT FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING MOHIYATI VA ASOSLARI. Gospodarka i Innovacje., 49, 133-141.
81. Akbarovna, N. N. (2023). RAQAMLI IQTISODIYOTDA MOLIYA VA MOLIYAVIY TEXNOLOGIYALARNING ORNI. Gospodarka i Innovacje., 41, 446-449.
82. Naimova, N. (2024). DIGITALIZATION IN OUR COUNTRY'S EDUCATION SYSTEM AND APPLICATION IN THE DIGITAL WORLD. Modern Science and Research, 3(1), 912-917.
83. Mahmudovna, Q. G. (2024). RAQOBAT STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISHDA RAQOBATNI BAHOLASH USULLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO'LLARI. Gospodarka i Innovacje., 48, 715-720.
84. Mahmudovna, Q. G. (2024). Oliy ta'lim muassasalari raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion faoliyatning ahamiyati.
85. Mahmudovna, Q. G. (2024). Oliy ta'lim muassasalari raqobatbardoshligini tavsiflovchi omillar. Gospodarka i Innovacje., 46, 620-627.
86. Mahmudovna, G. G. (2024). Competitive strategies, the importance of using innovation in their implementation. Iqtisodiyot va zamonaviy texnologiya jurnali| journal of economy and modern technology, 3(5), 8-14.
87. Mahmudovna, Q. G. (2024). Raqobat strategiyalari, ularni amalga oshirishda innovatsiyalardan foydalanishning ahamiyati. Iqtisodiyot va zamonaviy texnologiya jurnali| journal of economy and modern technology, 3(5), 15-21.

88. Azimov, B. F., & Rakhimova, D. D. (2022). The role of research and innovations in the modernization of the regional economy. *Conferencea*, 43-47.
89. Азимов, Б. Ф., Рахимова, Д. Д., & Солиев, Д. Н. (2022). Научные основы инновационного подхода к развитию промышленности и сокращению бедности в узбекистане. *Universum: экономика и юриспруденция*, (5 (92)), 14-17.
90. Б.Ф. Азимов, А.Ч. Бобоев, & Ж.Ж. Абдуллаев (2022). ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКСПОРТНЫХ ДРАЙВЕРОВ РЕГИОНА ПУТЕМ АНАЛИЗА ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА БУХАРСКОЙ ОБЛАСТИ. *Ученый XXI века*, (7 (88)), 20-24.
91. Азимов Бобир Фаттоҳевич (2019). Ўзбек миллий урф-одатлари инвестицион ва инновацион трансформациялашга муҳтожми?. *Экономика и финансы (Узбекистан)*, (8), 33-39.
92. Djunaitov, G. N., & Azimov, B. F. (2023). Oilaviy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash zaruriyati. *Science and Education*, 4(1), 888–896.  
Retrieved from <https://openscience.uz/index.php/sciedu/article/view/4919>
93. Азимов, Б. Ф. Экономическая безопасность и ее социально-экономическое значение / Б. Ф. Азимов, Д. Д. Рахимова // Экономическая безопасность социально-экономических систем: вызовы и возможности : Сборник трудов IV Международной научно-практической конференции, Белгород, 28 апреля 2022 года / Под редакцией Е.А. Стрябковой, Н.А. Герасимовой, А.М. Кулик. – Белгород: Общество с ограниченной ответственностью Эпицентр, 2022. – С. 351-354. – EDN PSURWB.
94. Азимов, Б. Ф. Формирование и совершенствование стратегии поддержки инновационной деятельности в регионах Республики Узбекистан / Б. Ф. Азимов // Молодой ученый. – 2022. – № 12(407). – С. 63-65. – EDN VQOYFQ.
95. Aziz, I. (2023). O'zbekistonda xorijiy investitsiyani jalb qilishni soliqlar vositasida rag'batlantirish yo'llari. *SAMARALI TA'LIM VA BARQAROR INNOVATSIYALAR JURNALI*, 1(5), 191-196.
96. Yunusovana, U. N., Munira, D., Nigina, M., & Munojot, M. (2021). WAYS OF DEVELOPING DIGITAL ECONOMY IN UZBEKISTAN. *САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ*, 527.
97. Rakhimova, L. (2024). THE CONCEPT OF 4P MARKETING. ELEMENTS OF THE MODEL. *Modern Science and Research*, 3(1), 812-816.
98. qizi Bobojonova, M. J. (2023). AGROTURIZMNING IQTISODIYOTDA O'RNI, SALOHİYATI VA INFRATUZILMASINI YAXSHILASH. *Educational Research in Universal Sciences*, 2(8), 48-52.