



## ТИКУВ-ТРИКОТАЖ БУЮМЛАРИ БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА РАҚОБАТ УСТУНЛИГИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ОМИЛЛАРИ

**Юсупова Дилдора Турадждоновна -**  
ТДИУ и.ф.н., доц.

**Вафоева Дилафруз Икромовна -**  
ТДИУ таянч докторанти

[https://doi.org/10.55439/ECED/vol23\\_iss1/a42](https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss1/a42)

**Аннотация.** Мақолада тикув-трикотаж буюмлари бозорини ривожлантириш ва рақобат устунлигини шакллантириш омиллари кўрсатиб ўтилган. Рақобат устунлигига эришишда танланадиган стратегиялар ёритилган.

**Калит сўзлар:** рақобат, стратегия, рақобат устунлиги, корхона, самарадорлик.

## ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

**Юсупова Дилдора Турадждоновна -**  
ТГЭУ к.э.н., доц.

**Вафоева Дилафруз Икромовна -**  
ТГЭУ базовый докторант

**Аннотация.** В статье выделены факторы развития рынка одежды и формирования конкурентного преимущества.

**Ключевые слова:** конкуренция, стратегия, конкурентное преимущество, предприимчивость, эффективность.

## FACTORS IN THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF GARMENTS AND THE FORMATION OF A COMPETITIVE ADVANTAGE

**Yusupova Dildora To'radjonovna -**  
TSUE ces.assistant professor

**Vafoeva Dilafruz Ikromovna -**  
TSUE base doctoral student

**Annotation.** The article describes the factors for the development of the market of garments and knitwear and the formation of a competitive advantage.

**Keywords:** competition, strategy, competitive advantage, enterprise, efficiency.

Асалари нектар йиғмайди гулларни чанглатиш учун у асал олишни хоҳлайди. Бироқ яқуний натижа у гуллар манфаатларига хизмат қилади. Худди шу нарса корхона билан содир бўлади, фойда олишга интилиб, жамоат манфаатларига хизмат қилади.

© Казума Татеис

**Кириш.** Мустақиллигимизнинг 29 йиллиги байрами арафасида 6 та тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноати корхоналари фойдаланишга топширилиши натижасида 2700 дан ортиқ янги иш ўринлари яратилди. Бугунги кунда республиканинг деярли барча ҳудудларида тўқимачилик ва тикув-трикотаж маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг янги қувватлари яратилмоқда. Ушбу ташкил этилаётган корхоналар Мустақиллигимизнинг 29 йиллиги байрами арафасида ишга туширилиши юртдошларимиз учун байрам туҳфаларидан бири бўлди.[1]

Жумладан, Қорақалпоғистон Республикасининг Элликқала туманида «Бустон Оптимал текстиль» МЧЖ томонидан ип калава, бўялган ип калава ва момиқ мато ишлаб чиқариш лойиҳаси ишга туширилди. Ушбу корхона жаҳондаги

етаكчи ишлаб чиқарувчилардан бири бўлган Бельгия давлатининг “Piscanol” компаниясидан келтирилган замонавий тўқув дастгоҳлари ҳамда Европа давлатларида ишлаб чиқарилган замонавий дастгоҳлар билан жиҳозланди ҳамда 300 дан ортиқ янги иш ўринлари ташкил этилди. Бундан ташқари, республикамизнинг тўқимачилик саноати кам ривожланган туманларида бугунги кунда янги корхоналар ташкил этилиб, фойдаланишга топширилди.

Булар, Андижон вилоятининг Хўжабод туманида «Мустаҳкам текстиль», Балиқчи туманида «Скортон текстиль», Олтинкўл туманида «Яхши ният текстиль», Навоий вилоятининг Кармана туманида «Бетлис Маданият» ҳамда Хоразм вилоятининг Урганч шаҳридаги «Оқ олтин мега текстиль» корхоналаридир.

Хусусан, Андижон вилояти Хўжаобод туманининг чекка қишлоғида жойлашган «Мустақкам текстил» корхонаси томонидан тайёр трикотаж маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи йирик корхона иш бошлади. Лойиҳа қиймати 3 млн. долларни ташкил этган ушбу корхона йилига 5,2 млн. дона маҳсулот ишлаб чиқаради. Корхонада 1000 нафар маҳаллий йигит-қизлар иш билан таъминланди. Ушбу лойиҳалар аввало ҳудудларда етиштирилаётган пахта толасини ўша ернинг ўзида тўлиқ қайта ишлаб, юқори қўшилган қийматга эга маҳсулот ишлаб чиқаришни ҳамда ҳудуд аҳолисининг реал даромадларини ҳамда экспорт салоҳиятини оширилишини назарда тутди.

**Адабиётлар таҳлили.** Р.О.Алимов, А.Ф.Расулев, А.М.Қодиров ва бошқалар мамлакатнинг рақобат жиҳатидан устунликларини ишлаб чиқаришнинг асосий омиллари: табиий ресурслар, арзон ишчи кучи ва мамлакат мавқеи ва ҳудуди билан белгиланадиган қулайликлар ҳисобидан шакллантириш мумкин. Бундан ташқари республиканинг рақобат жиҳатдан устунликлари унда сармоя энг яхши технологиялар, лицензия ва ноу-хауга инвестиция қилинадиган фаол инвестиция сиёсатига асосланиши мумкин.[3]

М.Р. Болтабоев “Рақобатбардошлик – объектнинг муайян эҳтиёжини шу бозорга олиб чиқилган энг яхши объектларга нисбатан қондириш даражасини белгиловчи хусусиятдир, Рақобатбардошлик – объектнинг муайян бозор шароитларида ўхшаш товарларга нисбатан рақобатга бардош бера олиш қобилиятидир”[4].

Н.Қ.Йўлдошев компаниянинг рақобат стратегияси – бу бизнесга ёндашув ва мижозларни жалб қилишга қаратилган ташаббуслар, компаниянинг бозордаги позициясини мустақкамлаш учун олиб бориладиган курашидан иборат[5].

Ш.С.Юсупов ўз илмий тадқиқот ишларида, стратегияни шакллантира бориб, яъни маълум истеъмолчилар гуруҳининг аниқ бир эҳтиёжларини қондириш бўйича хўжалик фаолиятини кенгайтириш учун раҳбарият амалга оширишни истаётган фаолиятлар тизимини узоқ муддатли истиқболга режалаштирилар экан, стратегияни ишлаб чиқувчилар доимий равишда рақобатчиларни ва уларнинг амалга ошириш мумкин бўлган ҳаракатларини ҳисобга олиши керак”[12]

М.Портер агар бозорга киришда тўсиқлар ёки бир сектордан иккинчисига ўтишда тўсиқлар мавжуд бўлса, рақобатдош устунликларни сақлаб қолиш осонроқ бўлади, шунинг учун компаниянинг рақобатчилари бир хил рақобатдош устунлик манбаларидан фойдалана олмайди. Имтиёзларни сақлаб қолиш қобилияти ҳам асосий харажат омилларига боғлиқ ва шунинг учун бир соҳадан бошқасига фарқ қилади. Би-

роқ, рақобатбардош устунликнинг барқарорлигига хисса қўшадиган баъзи асосий харажатлар омилларини аниқлаш мақсадга мувофиқ бўлади.[6] А.Кулешова эса рақобат субъектнинг объект ва субъектив эҳтиёжларни қондириш учун рақобатчиларга қарши курашда ғалаба қозониш ёки бошқа мақсадларга эришиш учун қонун ҳужжатлари доирасида ёки табиий шароитларда ўзининг рақобатбардош устунликларини бошқариш жараёни деб айтган [7].

М.Бгашев стратегик менежмент мақсадларни белгилаш, ташкилотнинг мақсадларини аниқлаш ва ташкилот билан атроф-муҳит ўртасидаги муносабатларни сақлаб қолиш билан боғлиқ бўлган стратегик бошқарув фаолияти ҳисобланади, деб таъкидлаб ўтган[8].

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқотнинг услубий асосини республикамиздаги тикув-трикотаж буюмлари бозорини ривожлантиришда рақобат устунлигини шакллантириш ва тартибга солишдаги муаммоларига бағишланган чет эллик олимларнинг ишлари, илмий назарий ва амалий қоидалар, Ўзбекистон Республикасининг қонунчилик ва меъёрий ҳужжатлари ташкил этди.

**Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.** Мамлакатимизда соғлом рақобатни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш бўйича бир қатор илоҳотлар амалга оширилган бўлиб, бу борада қабул қилинган қонун, фармон ва қарорлар жумласига Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 6 июлдаги «Рақобат муҳитини янада ривожлантириш ва иқтисодиётдаги давлат иштирокини қисқартириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПФ-6019-сон Фармони, Ўзбекистон Республикасининг 2016 йил 5 декабрь “Рақобат тўғрисида”ги Қонунини мисол қилиб келтиришимиз мумкин[2].

Ҳар қандай ижтимоий-иқтисодий ҳодисани ўрганишда даставвал унга назарий жиҳатдан ёндашиш мақсадга мувофиқ саналади. бу муайян соҳа билан шуғулланаётганда ҳатоликка йўл қўймаслик учун зарур. Амалиёт эса унга тегишли ўзгартиришлар ва тузатишлар киритади. Шу муносабат билан корхоналар рақобатбардошлигини тадқиқ этишда дастлаб унга назарий жиҳатдан ёндашмоқ зарур.

Корхонанинг самарали ривожланишини таъминлашнинг шарт шубҳасиз, унинг рақобатбардош устунликларини шакллантиришдир. Корхонанинг рақобатбардош афзалликлари деганда биз юқори ва барқарор иқтисодий самарани олиш, рақобатчиларга нисбатан катта бозор улушини олиш имкониятларини таъминлайдиган ижобий хусусиятларини тушунамиз.

Ҳар қандай мамлакатда ички бозорда рақобатнинг мавжудлиги бозор хўжалиги муваффақиятли фаолият кўрсатишининг асосий кўр-

саткичи ҳисобланади, жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида, шу жумладан ўтиш иқтисодиётига эга бўлган мамлакатларда рақобат тўғрисида қонунларнинг қабул қилинганлиги ва мазкур масалалар билан шуғулланувчи миллий ташкилотларнинг ташкил этилганлиги ушбу ҳолатни тасдиқлаб турибди. Хусусан Ўзбекистонда Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қумитаси (Монополияга қарши қумита) ташкил этилган бўлиб, унинг фаолияти республика иқтисодиётида рақобат муҳитини яратиш, мулкчиликнинг турли шаклларидаги корхоналар ва фирмалар, хўжалик фаолиятини юритиш учун тенг рақобат имкониятларини барпо этишга йўналтирилган.

Рақобатнинг устунлиги ҳақида инглиз иқтисодчиси М.Портернинг асарларида батафсил кўриб чиқилади. Портер бир вақтнинг ўзида бир нечта стратегияни амалга ошириш мумкинми? деган саволни қўяди. Портер умумий рақобат стратегияларининг ҳар бири рақобатбардош устунликка эришиш ва уни узоқ вақт давомида сақлаб қолиш учун ўзига ҳос ёндашувни ифодалайди. Ҳар бир стратегия фирма эришмоқчи бўлган рақобатбардош устунликнинг маълум турини, шунингдек стратегик мақсад кўламини бирлаштиради.[6]

Одатда компания ўзи учун иккаласини ҳам ўзига ҳос турини танлаши керак, акс ҳолда у раҳбарлар ва ледирлар ўртасида “қотиб қолган” тақдирга дуч келади. Агар компания бир вақтнинг ўзида ҳар-ҳил бозор сегментларига хизмат кўрсатишга ҳаракат қилса, ҳаражатлар ёки дифференциацияга эътибор қаратса, у ўз стратегиясини маълум бир мақсадли сегментга йўналтирмаса, қўлга киритадиган фойдасини йўқотади. Базида компания битта корпорация таркибида иккита мустақил бизнес бўлинмасини яратишга муваффақ бўлади ва бўлинмаларнинг ҳар бири ўз стратегиясини амалга оширади.

Британиянинг Trusthouse Forte меҳмонхона фирмаси бунга яққол мисол бўла олади: компания бешта алоҳида меҳмонхона тармоғини яратди уларнинг ҳар бири маълум бозор сегментга йўналтирилган. Бироқ, бундай компания ҳар-хил стратегияларни амалга оширишга йўналтирилган бўлинмаларни бир-биридан қатъий ажратиши керак, акс ҳолда бу бўлинмаларнинг ҳеч бири раҳбарият танлаган стратегияни амалга ошириш натижасида кутилган рақобатбардош устунликларга эриша олмайди.

Стратегик танлов стратегияни шакллантириш жараёнининг ажралмас қисми бўлиб, унинг асосий элементи ҳисобланади. Аслида стратегияни танлашмаслик умуман стратегиянинг етишмаслигини англатади. Тор маънода танлов жараёнини тўрт босқичга бўлиш мумкин, жумладан, вариантларни аниқлаш, вариантлар

ни баҳолаш, энг яхши вариантни танлаш ва танланган вариантни амалга ошириш. Шундай қилиб, стратегик танловлар фақат аналитик усуллар ёрдамида амалга оширилади, деб тахмин қилиш мумкин. Бироқ, амалда, корхоналар раҳбариятида кутилмаган ҳолатлар пайдо бўлиши ва ҳисобга олинмаган омилларнинг таъсири билан етарли ривожланиш алтернативларини ишлаб чиқиш учун зарур бўлган маълумотларнинг етишмаслигига дуч келмоқда. Давом этаётган глобал инқироз, муҳим табиий, сиёсий ва ижтимоий муаммолар шароитида аксарият рус ва чет эл компаниялари раҳбарияти ўз стратегиясини ўзгартириши керак. Бунинг сабаби шундаки, илгари самарали бўлган стратегик алтернативлар ўзгарган талабларга жавоб бермайди.

Маҳаллий корхоналар динамик ўзгарувчан муҳитда ишлайди, шу муносабат билан умуман иқтисодиётни ҳам корхонанинг ривожланишини прогноз қилиш имконияти анча мураккаблашади. Шу билан бирга, стратегияни баҳолаш ва танлаш мезонлари стратегик танлов тузилишининг асосий элементларидан бири бўлиб, стратегиянинг мақбуллигига мослик кўрсаткичидир.

Кучли маҳаллий рақобат рақобат устунликларини шакллантириш ва қўллаб-қувватлашга ундовчи муҳим омил ҳисобланади. Мамлакатнинг барча рақобат устунликлари ичида ички бозордаги рақобат энг муҳим ҳисобланади. Ички рақобат ишлаб чиқаришнинг динамик такомиллашувини рақобатлантиради, чунки у компанияни техника янгиликларини киритишга ва такомиллашишга мажбур қилади. Айнан мамлакатдаги рақобатчилар нархларни пасайтиради, сифатни ва хизмат кўрсатишни яхшилади ва янги маҳсулотни барпо этади. Хорижий компаниялар билан рақобатлашиш мамлакат компаниялари учун унчалик самарали ва амалий эмас, чунки кўпинча ҳар қандай мамлакат иқтисодиётида чет эл компаниялари учун “алоҳида” шароитлар яратилади. У ҳолда мамлакат компанияларининг рақобати нафақат бозорни бўлиш учун, балки инсонлар ва техник такомиллашув учун ҳам курашишга олиб келади, шунингдек, мамлакат компанияларидан бирининг ютуқлари бошқаларига мазкур саҳадаги муваффақият ҳақиқат эканлигини исботлайди, бу ҳол саноатнинг ушбу тармоғига янги иштрокчиларнинг жалб этилишига олиб келади[3].

Рақобат устунлиги ҳақида гап кетар экан, бу тушунчанинг ўзи нима? У ўз ичига нималарни олади, деган саволлар келиб чиқади.

Рақобат устунлиги – бу ташкилотга рақобатчиларидан устун туришга имкон берувчи атрибут. Рақобатбардош устунлик табиий ресурслар ёки арзон энергия манбалари, юқори маблакали ишчи кучи, географик жойлашуви, юқо-

ри кириш тўсиқлари ва янги технологияларни жорий қилиб, ишлаб чиқаришни кенгайтиришни ўз ичига олиши мумкин.

Мазкур соҳада фаолият кўрсатаётган хорижлик олимлар К.Кристенсен, ва М.Портернинг[10] фикрига кўра, рақобатбардошлик атамаси атрибутлар ва ресурслар орқали бир соҳада ёки бозорда бошқаларга қараганда юқори даражада ишлаш қобилиятини билдиради.

Баррй К., Клулов В., Кристман Ж.лар[11] эса “Фирма қиймат яратиш стратегиясини амалга оширганда рақобатдош устунликка эга бўлади” деб айтиб ўтишган. Ушбу афзалликларни ўрганиш замонавий рақобатбардош бозорда фирмаларнинг юқори даражадаги ишлаши билан боғлиқ замонавий муаммолар туфайли катта илмий қизиқиш ўйғотди.

Шуни таъкидлаш лозимки,мамлакат компанияларини географик нуқтаи назардан жамлаш фақат ички рақобатни кучайтиради, янги маҳаллий рақобатчилар доираси қанчалик тор бўлса улар ўртасидаги рақобат шунчалик кескин бўлади,бу эса, ўз навбатида, ишлаб чиқариш учун ижобий ҳолат ҳисобланади.

Мамлакат компаниялари мамлакатнинг рақобат жиҳатидан устунликлари манбаларини доимий равишда такомиллаштириш учун асос яратади, чунки маҳаллий компаниялар учун хорижий рақобатчиларга эга бўлган устунликлар: омилий ҳаражатлар, маҳаллий бозорга кириб бориш ёки маҳаллий бозорга импорт қилувчи хорижий ишлаб чиқарувчилар учун ҳаражатлар мавжуд эмас. Натижада ушбу ҳолат кўпроқ барқарор устунликларга эга бўладиган ва ҳукуматдан ташқи бозорни ўзлаштиришдаги кўмак, маълум таълим тузилмаларига инвестициялар ёки бошқа махсус омиллар каби ёрдамни олишга катта маъсулият билан ёндашувчи компанияга ижобий таъсир кўрсатади[3].

Шундай қилиб, айнан жуда кучли ички рақобат мамлакат компанияларини жоҳон бозорига чиқиш ва узлаштиришга ундайди, модомики, маҳаллий рақобат компанияни ўз эътиборини ташқи бозорга қаратиш ҳамда ўз фаолиятининг самарадорлигини ва ишлаб чиқариш рентабиллигини оширишга мажбур этади. Айнан қатъий ички рақобат мамлакат компанияларининг кучли ва чет эл бозорларида муваффақиятга эришишга қодир бўлишига олиб келади.

Мамлакатда жаҳон иқтисодиёти даражасида рақобатбардош бўлган турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқларнинг мавжуд бўлиши, корхоналарнинг рақобат жиҳатидан устунликга эришишида муҳим ҳисобланади. Асосий ишлаб чиқариш учун материал ва маҳсулот етказиб берувчи компаниялар халқаро миқёсда рақобатбардош бўлиши керак, шунда улар, биринчидан, харажатлар нуқтаи назаридан янада самарали ишлаб чиқариш омилларини таъминлаган ҳолда устунликларни ҳосил қилади. Иккинчидан, турдош ва қўллаб-қувватловчи тармоқларнинг инновация ва ишлаб чиқаришни модернизациялашни таъминлайди, чунки мазкур устунлик компаниялар ўртасида ахборотнинг тез ва доимий оқимини таъминлаш,ғоялар ва инновациялар билан алмашиш, техник такомиллашув йўналишларига асаосланади.

Жаҳон иқтисодиётининг ривожланиши турли босқичларда иқтисодиёт рақобатбардошлигининг турли омилларини дастлабки ўринга чиқаради. Иқтисодиётнинг у ёки бу тарихий даврда рақобатбардошлигини белгилаб берувчи у ёки бу омилларнинг таъсирини кўра қуйидаги босқичларни ажратиш мумкин (1-жадвал).

- омиллар босқичи;
- инвестициялар босқичи;
- инновациялар босқичи.

**1-жадвал**

**Тарихий даврда рақобатбардошликни белгилаб берувчи омилларнинг босқичлари**

Омилларнинг номи	Омилларга таъриф
Омиллар босқичи	Мамлакатнинг барча рақобатбардош тармоқлари ишлаб чиқаришнинг асосий омиллари: табиий ресурслар,арзон ишчи кучи, мамлакатнинг мавқеи ва ҳудуди билан белгиланадиган фойдалар ҳисобидан ўз мавқеларига эришади. Рақобат жиҳатдан устунликлар омилларнинг қиймати билан белгиланади,бунда технологик ривожланиш кўпинча чет элдан харид қилиш йўли билан келтирилган технологияларга асосланади.
Инвестициялар босқичи	Мамлакатларнинг рақобат жиҳатидан устунликлари фаол инвестиция сиёсатига асосланади. Фирмалар энг яхши технологиялар, лицензия, ноу-хауга инвестиция қилишади, бунда технологиялар мамлакат ичида доимий равишда такомиллашиб боради. Иқтисодиёт ичида сармоянинг кучли сафарбар қилиниши содир бўлади, капитал қўйилмаларнинг ўсиши омилларнинг такомиллашувига олиб келади.
Инновациялар босқичи	Бу босқич иқтисодиёт рақобатбардошлигининг ички салоҳияти тўлиқ ишга тушуши билан тавсифланади. Мазкур босқичда фирмалар нафақат хорижий технологияларни қўллашади ва такомиллаштиради, балки ўз технологияларини барпо этишади. Даромадларнинг юқори бўлиши,таълим даражасининг ошиши ва жадал ички рақобат туфайли ички бозор сиғимли ва талабчан бўлади. Ушбу босқичда фирмалар глобал стратегияларни ишлаб чиқишади ва чет элда кенг қўламли инвестицияларни амалга оширади.

*Манба: муаллиф ишланмаси.*

Стратегиянинг доимий эгиловчанлиги рақобатдош устунликни амалда эришиб бўлмайдиган ҳолга келтиради. Бир стратегиядан иккинчисига ўтиш орқали, улардан бирортасини қўллашда муваффақиятга эриши мумкин эмас. Домий равишда янги ғояларни сингдириш операцияси самарадорликни сақлаш учун муҳимдир, аммо бу кучли стратегик позитцияга мос келмаслиги мумкин[9].

Фақатгина ресурсларга, ваколатларга эътиборни қаратиш ва рақобатбардош позитцияни эътиборсиз қолдириш, ички кўринишга эга бўлиш ҳавфини англатади. Ресурслар ёки ваколатлар ўзлари учун эмас, балки маълум бир позиция ёки рақобатлашиш усули жиҳатидан энг қадрлидир. Ресурсларга, ваколатларга асосланган ёндашув фойдали бўлиши мумкин, аммо бу ҳар бир корхонанинг асосий муаммоларини бартараф этмайди, бу саноат тузилмаси ва рақобатдош позициясини тушунишдир. Шунга қарамай, рақобатдош мақсадлар (компаниянинг бозордаги мавқеи) ва воситалар (ушбу позицияни эгаллашга имкон берадиган омиллар) ўртасидаги боғлиқликка бўлган эҳтиёж нафақат муҳим, балки ҳал қилувчи рол ўйнайди.

**Хулоса ва таклифлар.** Рақобатдош устунликка эришишда жуда кўп омиллар таъсир кўрсатади. Бизнинг мамлакатимизда корхоналарнинг ривожланиши асосан интенсивни бўлмади,

интенсив йўлни биз бекор қилдик. Интенсив йўлни инкор қилганимиз оқибатида квалификацияга аҳамият бермай қўйдик. Тўғри янги иш ўринлари яратилди, техника технологиялар модернизация қилинди ва бунинг натижасида ишчиларда 8 соатлик иш куни, шу вақт оралиғида ишласа бўлди, ишчида меҳнат унумдорлигини ва квалификацияни оширишга қизиқиш қолмади, шунинг оқибатида биз кўп давлатлардан сифат масаласида орқада қолганмиз.

Корхона ишга тушади у 5-6 йил ишлайди, у биринчидан дастгоҳига ва айланма маблағига кредит олади, корхонанинг бошдан сармоysi қарзга бўлган корхона қандай ривожланади. Унинг устига ҳеч қандай квалификация билан шуғулланмайди, бозорга чиқа олмайди. Бозорга чиқиш учун сифатли маҳсулот ишлаб чиқариш, меҳнат унумдорлиги юқори бўлиши керак.

Корхоналар очилаяпти, техника технологиялар билан таъминланаёпти, лекин унинг бошқаруви, ишни ташкил қилиш техникалар қувватидан тўлақонли фойдаланиш тўғри ва оқилона олиб борилмаяпти.

Шу жиҳатларни ҳисобга олган ҳолда корхоналар рақобат устунлигига эришишда товарнинг, ходимнинг, товар ишлаб чиқарувчисининг ва тармоқнинг рақобатбардошлигини ривожлантиришга эътибор қаратиш лозим.

**Манба ва адабиётлар рўйхати:**

1. «Ўзтўқимачиликсаноат» уюшмасининг ахборот манба.
2. <http://lex.uz>-Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.
3. Ўзбекистон фанлар академияси жамоаси "Проблемы повышения конкурентоспособности экономики Узбекистана: теория и практика" Ташкент-KONSAUDITINFORM-NASHR-2006
4. Балтабаев М.Р. Ўзбекистон Республикаси тўқимачилик саноати экспорт имкониятларини ривожлантиришда маркетинг стратегияси/Дессиртация.-Тошкент-2005.101 бет.
5. Йўлдошев Н.Қ. Стратегик менежмент. Дарслик, -Т.: «ИҚТИСОДИЁТ», 2019. – 122 б. (68 бет)
6. Портер М.П60 Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер; Пер. с англ. — 6-е изд. –М.: Альпина Паблишер, 2018. — 716 с. ISBN 978-5-9614-6835-9.
7. Кулешова А. Б.К90 Конкуренция в вопросах и ответах: Учеб. пособие. - М.: ТК Белой, Изд-во Проспект, 2004. - 256 с. ISBN 5-98032-607-3
8. Бгашев М.В. Стратегический менеджмент. Учеб. пособие. - Саратов: Амирит, 2018. - 267 с.: ил. ISBN 978-5-907035-17-1.
9. Абдуллаева И.М. Глобал стратегия, бошқарув ва ахборот тизимлари фани бўйича дарслик.-Т.: «Инновацион ривожланиш нашрёт-матбаа уйи», 2021, 204 б.
10. Chacarbaghi; Lynch (1999), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance by Michael E. Porter 1980, p. 45
11. Clulow, Val; Gerstman, Julie; Barry, Carol (1 January 2003). "The resource-based view and sustainable competitive advantage: the case of a financial services firm". *Journal of European Industrial Training*. 27 (5): 220–232.
12. Юсупов С.Ш. Кучли рақобат шароитида Ўзбекистон тўқимачилик саноати корхоналарини ривожлантириш стратегиялари. (Ихт.08.00.13-Менежмент иқт.фан.доктори илмий даража)/ТДИУ, -Т.: 2018 39 бет.