https://gospodarkainnowacje.pl

GOSPODARKA I INNOWACJE

LABORATORIUM WIEDZY Artur Borcuch

Volume: 60 | 2025

Economy and Innovation
ISSN: 2545-0573

For more information contact: editor@gospodarkainnowacje.pl

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛОГО БИЗНЕСА: ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Джамалов Хасан Нуманжанович
Ташкентский государственный экономический университет, проф. кафедры «Налоги и налогообложение», к.э.н., Узбекистан, 100000, г.Ташкент, ул.А.Тимура 60А

A R T I C L E I N F O.

Ключевые слова: малый бизнес в экономике, конкурентоспособность, конкурентоспособность малого бизнеса, управление конкурентоспособностью, государственная политика по управлению конкурентоспособностью малого бизнеса.

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы управления конкурентоспособностью малого бизнеса в условиях Нового Узбекистана, их факторы, проанализированы основные современные концепции управления конкурентоспособностью, в соответствии с чем выявлены направления, по которым государство может активно влиять на процесс поддержки здоровой конкуренции в экономике. Значительное внимание в статье уделяется эффективности государственного управления конкурентоспособностью малого бизнеса в «Стратегии -2030».

http://www.gospodarkainnowacje.pl/ © 2025 LWAB.

Введение.

В ««Стратегии развития Нового Узбекистан на 2022-2026 годы»., утвержденной Указом Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № ПФ-60, отдельное внимание обращено на вопросы обеспечения здоровой конкуренции предпринимательских структур в экономике [1].

Как было особо отмечено Указом Президента Республики Узбекистан от 11сентября 2023 года № УП-158 «О Стратегии “Узбекистан-2030”», важнейшими задачами обеспечения здоровой конкуренции углубление структурных реформ, ускоренное развитие реального сектора экономики, укрепление экономической предпринимательских структур в экономике республики признаны обеспечение безопасности страны, увеличение экспорта и импортозамещаемого производства и др. [2].

Трансформация экономической системы, изменение характера конкуренции, экономические реформы, проводимые в течении последних лет в Республике Узбекистан, осложняют процессы формирования и механизмы реализации структурной, инвестиционной, финансовой, инновационной политики на всех уровнях управления основного звена хозяйственной системы – предприятия. Неустойчивое состояние многих предприятий остро ставит задачу интенсивного поиска действенных мер, обеспечивающих условия для мобилизации их внутренних резервов и порождает необходимость разработки новых подходов к управлению предпринимательскими структурами, учитывающих динамику развития социально-экономических отношений.

При всем многообразии точек зрения относительно того, с чего следует начать и что продолжить на новом витке развития рыночных отношений в Республике Узбекистан, следует отметить

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

главное: требует обоснования новая система эффективного управления конкурентоспособностью предпринимательских структур.

Превращение нашей страны в открытую экономическую систему, достаточно свободный доступ на рынки иностранных конкурентов, глобальные изменения на мировом рынке, кризисные проявления в мировой экономике вызывают необходимость научного анализа проблем, связанных с развитием конкуренции, повышением конкурентоспособности экономики Республики Узбекистан, совершенствованием методов регулирования воспроизводства на макро- и микроуровнях.

Проблема обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур в условиях развивающейся экономики изучена недостаточно, что определяется отсутствием комплексных разработок, отражающих особенности организационного механизма управления конкурентоспособностью предприятия в современных условиях. Проявление проблемы выражается в возникающих затруднениях при выборе конкурентных преимуществ в процессе разработки приоритетной рыночной стратегии. Научно-методические основы, которые позволяли бы в полной мере идентифицировать необходимые конкурентные преимущества в условиях трансформации рыночной среды, разработаны в недостаточной мере. Современная научно-методологическая основа управления конкурентоспособностью должна быть ориентирована на определение механизма, позволяющего выявить индивидуальные особенности предпринимательской структуры, на основе которых могут формироваться собственные конкурентные преимущества. Лишь в этом случае конкурентоспособность будет определять перспективы развития, а не констатировать достижения конкретного предприятия в рыночной среде; управление конкурентоспособностью будет проходить неотрывно от процессов стратегического и тактического управления, что, в свою очередь, приведет к интеграции целей этих внутриорганизационных процессов, позволит полно оценивать затраты, связанные с формированием конкурентных преимуществ и сократить расходы, связанные с реализацией рыночной стратегии. Решение этой проблемы связано с технологиями принятия оптимальных решений в сфере управления конкурентоспособностью, в основе которых предложен структурно-композиционный подход, предполагающий выявление элементов конкурентоспособности, определение оптимального их сочетания. Реализация концепции управления конкурентоспособностью позволяет оценить эффективность принимаемых инвестиционных управленческих решений с учетом их влияния на стоимость материальных и нематериальных активов предприятия, создающих конкурентные преимущества предпринимательским структурам. Обоснованное определение рыночной стоимости как материальных, так и нематериальных активов позволяет реально судить о величине введенного в экономический оборот капитала, а мониторинг стоимости бизнеса – о целесообразности выбора стратегических и тактических управленческих решений и ходе реализации этих решений на практике.

Растущая потребность в обеспечении конкурентоспособности предприятий и специфика развития рыночного механизма в Республике Узбекистан, усиление конкурентной борьбы, с одной стороны, а также потребность развития научных подходов в области теории и методики управления конкурентоспособностью предпринимательских структур, определили актуальность темы данной научной статьи.

Обзор литературы.

В современных контурах экономики Нового Узбекистана малый бизнес и предпринимательство приобретают новую роль. И предприниматели, и государство должны вместо доноров стать друг для друга партнерами при условии, что каждый из участников осознает и принимает свою новую роль.

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Тогда взаимоотношения будут выстраиваться по принципу «выиграл/выиграл», то есть «сильное, конкурентоспособное предпринимательство» тождественно понятию «сильное, конкурентоспособное государство». В современном мире ключевым понятием является конкурентоспособность [4, с.25].

В общем виде в экономической литературе под конкурентоспособностью понимают способность конкурировать на рынках товаров и услуг. Многие экономисты, как например М. Портер, М. Гельвановский, Р.А. Фатхутдинов, М. Мескон и др. [8; 9; 10]., трактуют понятие «конкурентоспособность» как «экономическое соревнование», опираясь на категорию «конкуренция». Конкурентоспособность, по нашему мнению, является результатом реакции предпринимательской структуры на возникновение прямых и косвенных экономических отношений с другими экономическими и предпринимательскими структурами в процессе реализации идей и целей развития предпринимателя.

Конкурентоспособность предпринимательской структуры - это комплексное понятие, которое предполагает наличие конкурентоспособной продукции и конкурентных преимуществ перед конкурентами

Конкурентоспособность формируется по разным элементам предпринимательской системы [5, с. 103].

Конкурентоспособность предпринимательской структуры формируют в совокупности конкурентоспособность идеи, продукции, производственной системы и системы реализации продукции (товаров и услуг). Комплексное управление данными элементами позволит обеспечить общую конкурентоспособность предпринимательской структуры.

Конкурентоспособность предпринимательской структуры определяется наличием у нее таких свойств, как адаптивность и инновационность.

Адаптивность - это свойство, позволяющее приспосабливаться к условиям внешней (конкурентной) среды, то есть использовать инновационный потенциал; инновационность - свойство, позволяющее обновляться, генерировать и реализовывать инновации, то есть непосредственно сам инновационный потенциал. Под инновационным потенциалом мы понимаем наличие конкурентных преимуществ, позволяющих достичь поставленных целей за счет реализации инноваций. Это процесс постоянных изменений, преобразования различных сторон деятельности предпринимательской структуры [6, с.26].

Всю совокупность конкурентных преимуществ предлагаем разделить на три группы: ресурсные (факторы производства), операционные (факторы структуры и конкуренции), стратегические (стратегия развития). Нами была проведена систематизация факторов конкурентоспособности предпринимательских структур исходя из уровня инновационности фактора. Под уровнем инновационности в данном случае будем считать способность к созданию, распространению и реализации инноваций [7, с. 49].

Анализ и результаты.

Проблема управления конкурентоспособностью для конкретного предприятия и экономики в целом является комплексной, сложной и многогранной, что связано со сложностью механизма функционирования предприятия, постоянной трансформацией условий и факторов среды предпринимательства.

Существенные признаки предпринимательства заключаются в том, что это особый вид экономической активности, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

Предпринимательская деятельность в условиях трансформации внешней среды объективно

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

интегрирует управленческие процессы, направленные на оценку условий и факторов, детерминирующих возможность получения добавленной стоимости, прогнозирование денежных потоков и комплексное управление стоимостью бизнеса предприятия. Поэтому конкурентоспособность предпринимательских структур характеризуется способностью создавать стоимость, выявлять факторы увеличения стоимости, на основе этого разрабатывать стратегии по развитию конкурентных преимуществ. Существенно влияет на способность наращивать стоимость рыночная среда, в которой наблюдается ряд тенденций, ломающих привычные рамки и условия ведения бизнеса, ставящих перед предпринимателями задачи качественного преобразования деятельности.

Рыночная устойчивость предпринимательских структур определяется их способностью сохранять целостность и осуществлять целенаправленную деятельность, развиваться в условиях рыночной среды. Другими словами, рыночная устойчивость достигается за счет развития конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Развитие предпринимательства в период 1992-2024 г.г. характеризуется количественным ростом. Проведенный анализ количественных показателей развития предприятий и организаций Республики Узбекистан позволяет определить, что изменение форм собственности мало повлияло на эффективность их деятельности, необходима структурная перестройка, так как конкурентоспособность предприятий и товаров (услуг) осталась низкой. Наряду с внешними проблемами низкая эффективность многих традиционных предприятий вызвана: их большой фондоемкостью, устаревшей техникой, технологическим и организационным консерватизмом, раздробленностью собственности, снижающейся заинтересованностью и ответственностью менеджеров.

Для качественного развития предпринимательских структур Республики Узбекистан необходимо провести переоценку ценностей деятельности, разработать принципиально новые ориентиры управления и нормативы конкурентоспособности с учетом принципа динамизма деятельности в условиях трансформации конкурентного окружения.

Предпринимательство определяется как сложный социально-экономический институт, представленный совокупностью самостоятельно хозяйствующих субъектов, направляющих свою активность на удовлетворение общественных потребностей, получение дохода, увеличение стоимости собственного капитала и получение разнообразных социально-экономических и технологических эффектов путем рационального использования ресурсов производства, минимизации рисков, восприятия материальной и социальной ответственности.

При этом важнейшим свойством современной предпринимательской структуры являются ее конкурентоспособность, которая проявляется: в гармоничном сочетании процессов потребления и накопления; инвестиционной привлекательности; кредитоспособности; в обеспечении благосостояния акционеров и работников, населения; в формировании имущественной ответственности у субъектов рынка; выработки правильных стратегий развития бизнеса; выплате налогов и сборов; в формировании корпоративной культуры; финансовой устойчивости; стоимости бизнеса.

Для развития предпринимательства требуется выработка нового подхода к управлению конкурентоспособностью, который базируется на управлении структурой капитала и стоимостном мышлении, направлен на развитие конкурентных преимуществ, выступающих ориентирами как для получения прибыли, так и для создания стоимости компании.

В современной теории предпринимательства используются несколько взаимосвязанных понятий применительно к конкурентоспособности предприятия: «конкурентоспособность», «конкурентная позиция», «конкурентные преимущества», «компетенции».

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Такое разнообразие терминов обусловлено развитием и усложнением рыночных отношений, укрупнением предпринимательства, ростом взаимозависимости компаний, повышением роли стратегического планирования и прогнозирования будущего состояния рынков, а также развитием постиндустриальной экономики, где в качестве конкурентных преимуществ доминируют знания. Конкурентоспособность является категорией динамической, причем ее динамика обусловлена, прежде всего, внешними факторами, значительная часть которых может рассматриваться как управляемые параметры. Контекстный анализ использования термина «конкурентоспособность» не в состоянии исчерпывающим образом определить специфику и основные вопросы, связанные с указанной проблемой.

В этих целях мы рассматриваем соотношение понятий конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества и компетенции.

Конкурентоспособный бизнес-субъект может не обладать конкурентными преимуществами, если не имеет результатов, превышающих результаты конкурента. Конкурентоспособное предприятие характеризуется своей способностью выживать в рыночной среде, то есть воспроизводить свою деятельность. При этом результаты этой деятельности могут иметь средние рыночные значения и даже ниже. Главное, чтобы предприятию хватало данных средств на поддержание такого уровня конкурентоспособности, который гарантирует воспроизводство.

Однако такое понимание конкурентоспособности подходит только для уровня исследования, где конкурентоспособность предприятия приравнивается к конкурентоспособности товара.

Если же речь идет об инвестиционной привлекательности предприятия, должна оцениваться способность предоставить более высокую стоимость для своих инвесторов и собственников (акционеров), чем другие предприятия, иначе инвестиции будут переданы конкуренту. Следовательно, для стратегической конкурентоспособности предприятия, проявляющейся в его инвестиционной привлекательности, обладание конкурентными преимуществами, позволяющими создавать более высокую стоимость предприятия, становится необходимым условием конкурентоспособности.

Конкурентоспособность напрямую связана с такой категорией, как компетенция. Развивая взаимосвязь компетенций и нематериальных ресурсов, можно утверждать, что нематериальные ресурсы и компетенции соотносятся как ресурсы и их качественные характеристики. Но поскольку реализация компетенций связана с наличием материальных ресурсов, то существует тесная взаимосвязь между ресурсами бизнес-субъекта, его компетенциями и конкурентными преимуществами, которые трактуются авторами как реализованные на практике компетенции (рис. 1).

Рис.1. Ресурсный подход к трактовке компетенций и конкурентных преимуществ.

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Одной из главных проблем конкурентоспособности предприятия является возможность удерживать конкурентное преимущество. Рассматривая систему конкурентных преимуществ, учитывая их природу, выделим два вида:

1. Конкурентные преимущества, сформированные на основе преобразования, «производные» конкурентные преимущества. Этот вид конкурентных преимуществ отражает способность предпринимательской структуры качественно преобразовывать доступные ей ресурсы. Конкурентные преимущества проявляются в использовании новейших технологий производства, наличии у предприятия квалифицированного персонала, ведением долговременных НИОКР, развитым маркетингом, современным менеджментом, наличием у предприятия солидной репутации и бренда. Данные преимущества дольше сохраняются и позволяют достигать более высокой прибыльности.
2. Конкурентные преимущества, сформированные по средствам рационального потребления, «родовые» – связаны с доступностью источников сырья и наличием дешевой рабочей силы и т.д. Эти преимущества не столь устойчивы, так как могут быть скопированы конкурентами.

Совокупность родовых и производных конкурентных преимуществ определяет конкурентные позиции предпринимательской структуры.

Результаты анализа методологии управления конкурентоспособностью, показали особенности ресурсного, институционального, стратегического, стоимостного подхода и других подходов (табл.1).

Таблица 1. Сравнительный анализ методологических подходов к управлению конкурентоспособностью малого бизнеса

Методологический подход	Предмет исследования и сфера формирования конкурентных преимуществ	Особенности процесса формирования конкурентных преимуществ	Целевая функция и критерий конкурентоспособности	Методы оценки конкурентоспособности
Ресурсный подход (ранняя версия)	Материальные ресурсы	Необходимость обладания в достатке наиболее важным ресурсом и его эффективное использование	Рост ресурсоотдачи: рост рентабельности бизнеса, рыночной доли, рентабельности инвестиций; фондоотдачи и т.п.	- финансовый анализ -маркетинговые исследования -анализ ресурсного потенциала - SWOT-анализ - оценка стоимости ресурсов и т.п.
Ресурсный подход (современная версия)	Нематериальные ресурсы	Развитие нематериальных ресурсов и компетенций компании	Развитие компетенций Стоимость нематериальных активов	- экспертные оценки - сбалансированная система показателей - финансовые методы оценки стоимости нематериальных ресурсов

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Стратегический подход	Стратегия	Разработка долгосрочной стратегии развития компании	Не имеет самостоятельного целевого критерия, требует использования дополнительной методологии управления (ресурсной, стоимостной и т.п.), которая и определит целевой критерий	- все имеющиеся методы исследования, которые можно использовать на стратегическом уровне - оценка стратегии как актива (влияние стратегии на рентабельность и на стоимость компании)
Институциональный подход	Формальные и неформальные институты	Сокращение внешних рисков за счет институционализации среды взаимодействия	Сокращение или оптимизация трансакционных издержек	- оценка рисков внешней среды -анализ рыночной устойчивости предприятия -анализ трансакционных издержек
Сетевой подход	Отношения с партнерами (в основном с покупателями и и поставщикам и)	Процесс взаимодействия с партнерами позволяет создавать долгосрочный спрос на продукцию и повышать экономическую эффективность предприятия	Рост лояльности партнеров	-методы оценки поведенческой и воспринимаемой лояльности партнеров -оценка экономической эффективности долгосрочных взаимоотношений
Когнитивный подход	Процессы познания, в том числе научения (усвоения знаний)	Конкурентные преимущества формируются в процессе управления знаниями и изменениями	Рост нематериальных активов (в основном технологических)	- аттестация персонала - оценка затрат на обучение - оценка стоимости нематериальных активов - оценка стоимости интеллектуального и человеческого капитала и т.п.

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Символический подход	Обмен символами	Преимущества формируются за счет умелого создания символов	Рост маркетинговых активов (стоимости брендов) Рост узнаваемости	- методы оценки стоимости брендов - метод оценки узнаваемости бренда
Стоимостной подход	Процесс создания стоимости предприятия	Преимущества формируются за счет оптимизации цепочки создания стоимости на базе цепочки создания ценности	Рост стоимости предприятия	- методы оценки стоимости предприятия

Стоимостной подход может претендовать на роль ведущей методологии управления конкурентоспособностью предпринимательских структур, поскольку не только не противоречит ни одной из рассматриваемых методологий, но и помогает оценивать эффективность управления, приводя все измерения к единому знаменателю - стоимости.

Согласно стоимостному подходу, оценка стоимости компании базируется на предполагаемых будущих доходах предприятия или генерируемых им денежных потоках. В свою очередь эти потоки зависят как от финансового состояния предприятия, рентабельности его деятельности и других финансовых показателей, так и от рыночной доли предприятия, конкурентоспособности его продукции и многих других факторов. Таким образом, стоимость предприятия можно рассматривать как интегрированный показатель его инвестиционной привлекательности или стратегической конкурентоспособности.

Важнейшими элементами управления являются цели и критерии конкурентоспособности.

Цели управления конкурентоспособностью предпринимательских структур рекомендуется структурировать в виде пяти групп целей и критериев их достижения:

1. Рыночные цели (критерии - доля риска, объем продаж, изменение пропорций, приоритетов в продуктовой политике). Типичные целевые установки: увеличить объем продаж за счет новых перспективных видов продукции.
2. Производственные цели (критерии: объем производства, показатели качества). Типичные целевые установки: обеспечить своевременное выполнение требований рыночных целей, увеличить объем производства в целом, обеспечить улучшение потребительских качеств продукта.
3. Финансово-экономические цели (критерии: прибыль, рентабельность, финансовая устойчивость, прирост собственности и др.). Типичные целевые установки: стабильное обеспечение финансовыми ресурсами программы развития приоритетных направлений, увеличение прибыли, рост рентабельности, увеличение собственного капитала за счет строительства новых предприятий и реконструкции старых.
4. Социальные цели (критерии: уровень жизни работников, зарплата, социальная защищенность и др.). Типичные целевые установки: повышение средней зарплаты, уровня жизни за счет льгот и доплат, мотивация и стимулирование работников.
5. Управленческие цели, связанные с решением первоочередных проблем и развитием приоритетных направлений, приводящих к изменениям конкурентных позиций.

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

Определение целей управления конкурентоспособностью предпринимательской структуры и выбор целевого критерия (показателя) конкурентоспособности связаны с обоснованием и выбором методологии управления конкурентоспособностью.

Для обоснования целевой функции управления конкурентоспособностью предпринимательских структур определены особенности методологических подходов к формированию конкурентных преимуществ (табл.2).

Таблица 2. Уровни конкурентоспособности предприятия и их характеристика

Уровни конкурентоспо-собности предприятия	**Объект управления конкурентоспо-собностью**	**Организационный уровень, осуществляющий управление**	**Критерий конкуренто-способности**	**Методы анализа конкурентоспособ-ности**
Оперативный	Товар	Линейные менеджеры	Оптимальное соотношение «цена-качество»	-анализ конкурентоспособ-ности продукции
Тактический	Финансовая устойчивость	Функциональные менеджеры	- финансовые показатели устойчивости	- анализ финансовой устойчивости
Стратегический	Инвестиционная привлекатель ность	Топ-менеджмент	Стоимость компании	- методы расчета стоимости компании

Ценностно-стоимостной подход к управлению конкурентоспособностью предпринимательских структур выражается в том, что для создания максимальной стоимости следует создавать максимальную ценность для потребителей и оптимизировать издержки.

В систему целевых критериев конкурентоспособности стратегического уровня должен быть включен показатель стоимости бизнеса.

Применение стоимости как цели системы управления конкурентоспособностью формирует новый подход к созданию системы управления капиталом, в основе которого находятся два принципа:

1) управление капиталом направлено на создание экономической прибыли, которая учитывает альтернативные варианты вложения капитала с определенным риском и соответствующим риску экономическим эффектом;

2) цель развития компании выражается в виде наращивания стоимости компании, в которой суммированы потоки денежных средств с учетом риска и альтернативности вложения средств.

Выводы.

Анализ современного состояния малого бизнеса и предпринимательства Нового Узбекистана определяет его территориальный и структурный дисбаланс, позволяет определить поле проблем, создающих ограничения и препятствующих его сбалансированному развитию. Основными проблемами выступают:

1. Низкая конкурентоспособность малого бизнеса и предпринимательсства Республики Узбекистан, ограничивающая перспективы их развития.

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

2. Неэффективное взаимодействие государства, общества и предпринимательских структур; принимаемые законодательные акты недостаточно стимулируют развитие малого бизнеса и предпринимательства, повышение их социальной ответственности.
3. Современный менеджмент малого бизнеса и предпринимательства не использует в полной мере интеллектуальный капитал и инновационную инфраструктуру, не уделяет должного внимания развитию корпоративной культуре и формированию оптимальной организационной структуры, эффективному управлению нематериальными активами.
4. Недостаточно учитывается влияние современного состояния мировой экономики, тенденций развития рыночных отношений на результаты хозяйственной деятельности предприятий.
5. При принятии управленческих решений ставка делается на получение дохода немедленно, а не на долгосрочную перспективу, что приводит к отсутствию инвестиций в инновационную деятельность компаний. Развитие малого бизнеса и предпринимательства направлено на максимизацию прибыли, игнорируются критерии увеличения стоимости собственного капитала как необходимого условия для устойчивого развития. Необходимо развивать стратегическое управление, основанное на стоимостном подходе.

Для выбора оптимальной рыночной стратегии в трансформирующейся внешней среде необходима высокая экономическая культура, умение участвовать в ценовой конкуренции, ориентироваться на максимизацию полезности. Проведенный анализ позволяет определить факторы, вызывающие трансформацию рыночной среды. Совокупность этих факторов вызывает динамизм среды, приводящий к социально-экономическим последствиям, влияющим на ее равновесное состояние. Трансформация рыночной среды определяет потребность малого бизнеса и предпринимательства учитывать эту динамику и характер изменений. Следовательно, при формулировании методологии исследования и управления конкурентоспособностью малого бизнеса и предпринимательства необходимо учесть, как существующие наработки в области понимания сущности конкурентоспособности предприятия, так и современную тенденцию проявления конкурентоспособности малого бизнеса и предпринимательства в условиях Нового Узбекистана, с учетом задач «Стратегии-2030».

Литература:

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № ПФ-60 «Стратегия развития Нового Узбекистан на 2022-2026 годы».
2. Указ Президента Республики Узбекистан от 11сентября 2023 года № УП-158 «О Стратегии “Узбекистан-2030”».
3. Абрамова Е.С. Контрольный пакет акций предприятия (влияние на величину премии) // Российский научный журнал «Экономика и управление», № 1, 2015. С.12-17.
4. Воронкова З.Х. Конкурентоспособность предпринимательства на расширяющемся рынке страховых услуг // Российский научный журнал «Экономика и управление», № 4, 2018. – с.23-28.
5. Галкин С.П. Контрольный пакет акций - экономическая основа организационной структуры предприятия // Российский научный журнал «Российское предпринимательство», № 12, 2018. - с.16-19.
6. Давыденко П.Л. Инновационный механизм управления конкурентоспособностью предприятия на основе стоимостного подхода // Российский научный журнал «Экономика и управление», № 5, 2017. - 17-21.
7. Тарасова Ф.Ш. Стоимость предприятия: Создание, управление, оценка. СПб.: НПФ «Астерион», 2017.- 248с.

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0

8. Гельвановский М.Формирование конкурентоспособности предпринимательских структур. Теория и методология. СПб.: «Инфо-да», 2018. – 289с.
9. Региональные аспекты функционирования и развития малого предпринимательства в России / Под ред. Р.А. Фатхутдинова – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2017. -412с.
10. М.Портер, М.Мескон Управление конкурентоспособностью предпринимательских структур в условиях трансформации конкурентной среды. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2018. – 539с.
11. Джамалов Х.Н. К вопросу методов оценки финансовой устойчивости предприятий малого бизнеса и её факторов// Международный научный журнал «Учёный XXI века» № 3-2 (62), март 2020 г. С.50-59
12. Djamalov Kh. N. THREE-DIMENSIONAL SYSTEM FOR ESTIMATING EFFICIENCY AND AGREEMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY PRIORITIES// NOVATEUR PUBLICATIONS JournalNX- A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal ISSN No: 2581 - 4230 VOLUME 7, ISSUE 6, June. -2021, p.365-370

Copyright © 2025 All rights reserved International Journal for Gospodarka i Innowacje This work licensed under a Creative Commons Attribution 4.0