Tural Rasim oğlu ABDULZADƏ
Qərbi Kaspi Universiteti magistrantı
E-mail: tural_abdulov@mail.ru

AZƏRBAYCANDA MÜƏSSİSƏNİN RƏQABƏTQABİLİYYƏTİNİN TƏDQİQİ VƏ İNKİŞAFININ PRİORİTET İSTİQAMƏTLƏRİ

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanda müəssisənin rəqabətqabiliyyətinin mövcud vəziyyəti təhlil edilmiş və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin prioritet istiqamətləri müəyyən edilmişdir. Tədqiqat nəticələrinə əsasən, müəssisələrdə rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsinin yüksəldilməsinə dair təkliflər verilir.

Açar sözlər: rəqabət, rəqabətqabiliyyəti, müəssisə, bazar, sənaye.

UOT: 330.34, 339.137.2
JEL: D41
DOI: https://doi.org 10/54414/FSCH3531

Giriş

İstər Azərbaycanda, istərsə də digər ölkələrdə rəqabətqabiliyyətinə dair vahid, razılaşdırılmış tərif yoxdur. Rəqabətqabiliyyətlilik adətən ölkənin sektoru və ya iqtisadi bölməsi tərəfindən qarşıya qoyulmuş iqtisadi məqsədlərə nail olmaqda (rəqabətli bazarda mövqeləri gücləndirmək və ya onları əldə etmək) rəqibləri üstələmək kimi başa düşülür. Başqa sözlə, rəqabətqabiliyyətlilik müxtəlif siyasi, sosial və iqtisadi amillərlə müəyyən edilən bir ölkənin iqtisadi vəziyyətini və istehsalçılarının öz məhsullarını həm ölkə daxilində, həm də xaricdə satmaq qabiliyyətini əhatə edir.

Günümüzün yeni reallıqları rəqabət sahəsi üçün də yeni çağırışlar yaradır. Belə ki, böyük texnologiya şirkətləri və onların rəqəmsal platformaları cəmiyyət daxilində həddindən artıq gücə sahib olmağa başlayıb. Onların rəqəmsal-laşan dünyadakı gücü rəqabət mühitini bir neçə istiqamətdə pozmağa zəmin yaradır. Həmçinin bu cür şirkətlərin əsasən, bir neçə inkişaf etmiş ölkələrdə yerləşməsi onlara qarşı digər ölkələrdə rəqabət (antiinhisar) qanunvericiliyinin tətbiqini zəiflədir.

Son zamanlar dünyada baş verən iqlim dəyişiklikləri və regional münaqişələr inflyasiyanı sürətləndirərək onun qlobal tendensiyaya çevrilməsi ilə nəticələnmişdir. Beləliklə, bərqərar olmuş qlobal təchizat zəncirləri qırılaraq istehsal xərclərinin artması ilə müşahidə olunmuşdur. Dünya əmtəə bazarlarında ərzaq məhsullarının kəskin bahalaşması əksər ölkələrdə inflyasiyanın sürətlənməsi ilə müşahidə olunmuşdur ki, bu da inflyasiyaya qarşı əsas mübarizə üsulları hesab edilən fiskal və monetar alətlərlə yanaşı, rəqabət (antiinhisar) siyasətinin də gücləndirilməsinin əhəmiyyətini artırmışdır.

Göründüyü kimi, ölkəmizin qarşısında duran strateji hədəflərə nail olmaq üçün yalnız daxili məsələlərin həlli deyil, qloballaşmış yeni çağırışlar da nəzərə alınmalıdır. Bu çağırışlara hazır olmaq üçün isə haqsız rəqabətə və inhisarçılığa yönəlmiş siyasətin gücləndirilməsi, milli və ələlxüsus müəssisə səviyyəsində rəqabətqabiliyyətinin artırılması vacibdir.

Bu baxımdan, Azərbaycanda müəssisələrin rəqabətqabiliyyətinin ölçülməsi, sahədəki rəqabət üstünlüklərinin müəyyən olunması, müəssiələrin yüksəldilməsi istiqamətlərinin seçilməsi və hədəflənməsi aktual məsələlərdən biri hesab edilir.

Müəssisənin rəqabətqabiliyyətinin mahiyyəti və əsas aspektləri

Müəssisənin rəqabət qabiliyyəti dedikdə, bazar rəqabəti şəraitində təsərrüfat fəaliyyətinin səmərəliliyinin və satışların maksimum mənfəətlə təmin edilməsi başa düşülür. Rəqabətqabiliyyəti göstəricisi hər bir müəssisə üçün onun bütün bölmə və xidmətlərinin işlərini özündə əks etdirən bir növ "güzgüsü" hesab edilir. Xarici bazara raqabətqabiliyyətli məhsulla çıxmaq müəssisənin bazarı ələ alması və orada möhkəmlənmsi sahəsində ilkin məqamdır. Bundan sonra malların rəqabət qabiliyyətinin idarə olunması üzrə prosesə

başlanılır. Müəssisələrdə rəqabətqabiliyyətinin artırılması üçün əsasən məlumatların daim təkmilləşdirilməsi, yeni satış kanallarının və alıcı qruplarının axtarışı, servis xidmətlərinin, reklam işinin yaxşılaşdırılması kimi bir sıra sistemli və əhəmiyyətli tədbirlər görür [5].

Hazırda qloballaşma prosesinin təsiri altında dünyada, xüsusilə də biznes sahələrində rəqabət artmış, yüksək rəqabətli bazar şərtlərinə adaptasiya olunmaq və həmin sektorda fəaliyyətini davam etdirmək üçün çıxış yolları tapmalı olmuşlar. Bu vəziyyət isə müəssisələrdə inkişaf və rəqabətqabiliyyətinin artırılmasını artıq zəruri hala çevirmişdir.

Müəssisələrin, xüsusən də sənaye müəssisələrinin böyüməsi və onların rəqabətqabiliyyətliliyi bazar münasibətləri şəraitində mikroiqtisadiyyatın qurulması və inkişafında ən mühüm amillərdəndir. Bununla yanaşı, onu da qeyd edək ki, müəssisələrin rəqabətqabiliyyətli olmasına innovativ və təkmil texnologiyaların tətbiqi, idarəetmə fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi, bazar dəyişikliklərinin optimal proqnozu, kadr siyasətinin düzgün aparılması, keyfiyyətin və risklərin idarə edilməsi kimi bir sıra daxili və xarici faktorlar təsir edə bilər. Müəssisələr bazarda öz mövqelərini möhkəmləndirmək məqsədilə müxtəlif rəqabət alətlərindən istifadə edirlər. Bunlara yeni texnologiyalardan istifadə, xidmət səviyyəsinin artırılması, kollektiv və işçi heyətinin təkmilləşdirilməsi, maliyyə mənbələrinin artırılması, qiymət siyasəti və s. amilləri nümunə göstərmək olar. Buna görə də müəssisələr rəqabət mübarizəsi yolu ilə istehsal, alqı-satqı prosesində əlverişli şəraitə nail olmağa çalışırlar. Bu mübarizə isə onları istehsalı təkmilləşdirməyə sövq edir, çünki rəqabət mübarizəsində məğlub olmaq müəssisənin müflisləşməsi ilə nəticələnə bilər. Dəyişikliklərə adaptasiya olmamağın nəticəsində isə müəssisələr, gözlənilməz təhlükələrlə üzləşə bilər. Bu səbəbdən də yeni dövrün müəssisələri xarici və daxili mühiti təhlil edərək dəyişikliklərə fəal reaksiya vermək, və bu əsasda yeni mübarizə üsullarını tətbiq etmək məcburiyyətində qalır [4].

Müəssisənin rəqabət qabiliyyəti bir-biri ilə əlaqəli komponentlərdən asılıdır. Nəticədə müəssisənin bazar payının ölçüsü rəqabətin yekun göstəricisi kimi qəbul edilə bilər. Müəssisənin rəqabət qabiliyyəti bir və ya bir neçə tələbə cavab verə bilmədikdə əhəmiyyətli dərəcədə azalır. Müəssisənin və onun müştərilərin tələbatını ucuz qiymətə və keyfiyyətli ödəmə qabiliyyətinə rəqabət qabiliyyətinin ideoloji dayağı kimi baxmaq olar. Müəssisələrin aşağıdakı xüsusiyyətləri onun rəqabət qabiliyyətini göstərir:

- ucuz istehsal xərcləri;
- məhsulun unikallığı;
- yüksək keyfiyyət və münasib xidmət;
- məhsul keyfiyyəti;
- məhsulun vaxtında bazara çıxarılması.

Azərbaycanda müəssisələrin inkişaf dinamikası və özəl sektorda rəqabət mühitinin mövcud vəziyyəti

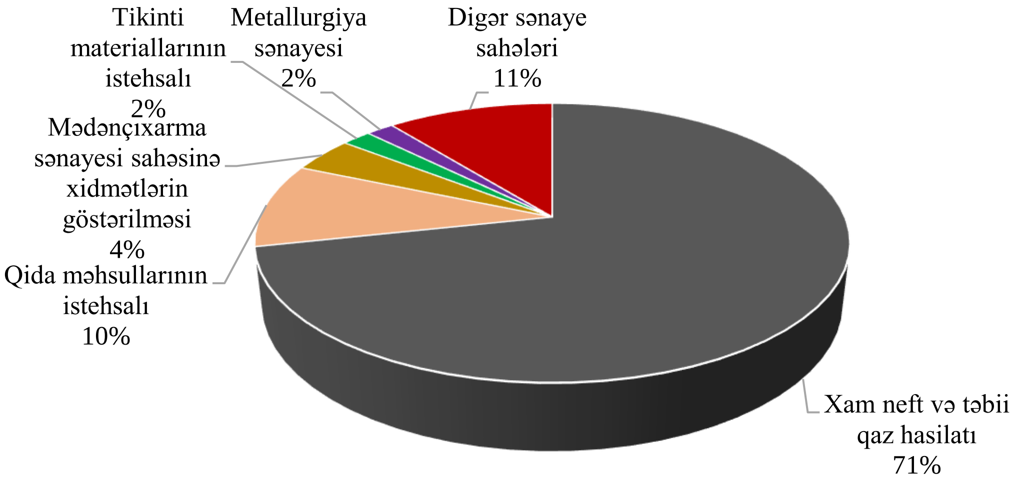
Rəqabət və inhisarçılıq fəaliyyətinin aradan qaldırılması sahəsində beynəlxalq təcrübə son bir əsrdə bir neçə fundamental inkişaf fazalarından keçərək özünün hal-hazırda ən mütərəqqi vəziyyətindədir. Bu baxımdan ABŞ, Avropa İttifaqı, Cənubi Koreya, Türkiyə Cümhuriyyəti və MDB-yə daxil olan ölkələrin, habelə İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı, BMT-nin Ticarət və İnkişaf üzrə Konfransı kimi beynəlxalq təşkilatların gördükləri işlər böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Son zamanlar milli rəqabət (antiinhisar) orqanlarının və beynəlxalq təşkilatların fəaliyyəti nəticəsində rəqabəti məhdudlaşdıran razılaşmalar, hökmran mövqedən sui-istifadə halları, birləşmələrə nəzarət, rəqabət (antiinhisar) orqanların institusional inkişafı sahələrində ciddi islahatlar aparılmışdır. Böyükmiqyaslı insan tələfatı və ağır insan iztirabları ilə nəticələnən koronavirus (COVID-19) pandemiyası böyük iqtisadi böhrana səbəb oldu. Sağlam rəqabət mühitinin qorunması böhran anlarında böhranın həllinin və sonrakı iqtisadi canlanmaya nail olunmasını təmin etmək üçün olduqca vacibdir. Bu isə rəqabət (antiinhisar) orqanlarının daha çevik davranmağını tələb edir.

Müstəqilliyin ilk illərindən etibarən, Azərbaycan Respublikasında istehlak bazarını sabitləşdirmək, azad təsərrüfat fəaliyyətinin və sahibkarlığı inkişaf etdirmək, əmtəə istehsalçılarının bazarda mallar və xidmətlər bolluğu yaranmasına marağını artırmaq və kölgə iqtisadiyyatına qarşı mübarizə aparmaq məqsədilə mallara (işlərə və xidmətlərə) tələb və təklifin təsiri ilə təşəkkül tapan sərbəst (bazar) qiymətlərin və tariflərin tətbiqinə başlanılmışdır. Azad bazar iqtisadiyyatının inkişafının göstəricisi olaraq

ümumi daxili məhsulda dövlət bölməsinin payı ilbəil azalaraq 2021-ci ildə 16.5% təşkil etmişdir. Sənaye sahələrinin qeyri-dövlət sektorundakı strukturunda isə hazırda xam neft və təbii qaz hasilatının payı 71%, qida sektoru isə neft və qaz sektorundan sonra 10% göstəricisi ilə ikinci mövqedə dayanır. Son 20 ildə sənaye sahələrinin qeyri-dövlət sektoru üzrə strukturunda qida sektorunun payı 26.6 faiz bəndi azalsa da, son 10 ilə nəzərən 2.3 faiz bəndi artaraq 2021-ci ildə 9.8% olmuşdur ***(Qrafik 1)***.

Qrafik 1. Sənaye sahələrinin qeyri-dövlət sektoru üzrə strukturu, faizlə



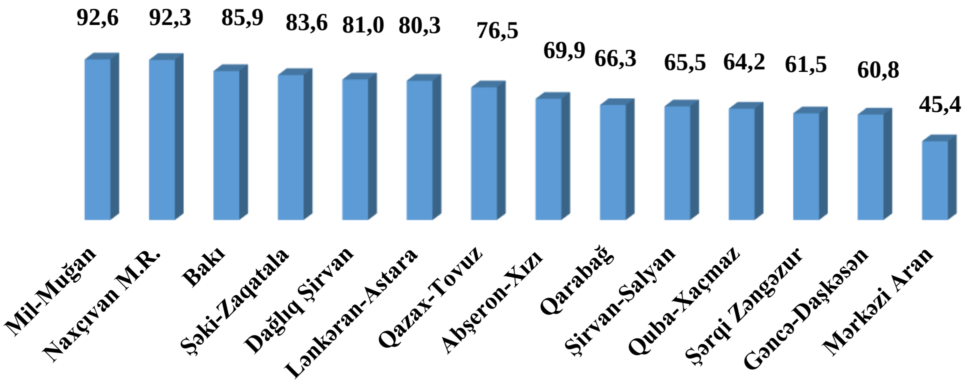
Mənbə: DSK-*nın məlumatları əsasında tərtib edilib* (https://www.stat.gov.az/source/industry/) [1]

Bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar malların (işlərin və xidmətlərin) qiymətlərinin tələb və təklifin təsiri ilə təşəkkül tapması sağlam və azad rəqabətin təmin edilməsi və bu sahədə dövlət siyasətini və nəzarətini həyata keçirən orqanın yaradılmasını zəruri hala gətirmişdir, iqtisadi islahatların sürətləndirilməsi, azad rəqabətin, sahibkarlığın həvəsləndiriiməsi, qiymətlərin liberallaşdırılması şəraitində istehlakçıların mənafeyinin qorunması, təsərrüfat subyektlərinin və təşkilat-idarəetmə qurumlarının inhisarçılıq fəaliyyətinin qarşısının alınması və məhdudlaşdırılması məqsədilə “Respublikanın iqtisadi və ictimai-siyasi həyatını sabitləşdirmək sahəsində əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa uyğun olaraq Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 1992-ci il 23 iyun tarixli 3 nömrəli Fərmanı ilə Azərbaycan Respublikası Dövlət Antiinhisar Siyasəti və Sahibkarlığa Kömək Komitəsi yaradılmışdır. Ölkənin hüquq sisteminin əsasını təşkil edən və xalqımızın ümummilli lideri Heydər Əliyevin rəhbərliyi ilə hazırlanmış və qəbul edilmiş Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasında dövlətin iqtisadiyyatı tənzimləmə prioritetlərinin tərkib hissəsi kimi inhisarçılığa və haqsız rəqabətə yol verilməməsi vəzifəsi də qeyd edilmişdir.

Ötən dövr ərzində Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin rəhbərliyi altında Azərbaycan Respublikasında haqsız rəqabətin qarşısının alınması və aradan qaldırılması ilə bağlı, o cümlədən antiinhisar fəaliyyəti ilə bilavasitə məşğul olan dövlət qurumlarının fəaliyyətini təkmilləşdirmək və sosial-iqtisadi proseslərin idarə edilməsinin müasir tələblərə uyğun təşkilini təmin etmək məqsədilə bir sıra vacib tədbirlər görülmüşdür. Azərbaycan Respublikasının antiinhisar qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi, rəqabət (antiinhisar) orqanının islahatları və beynəlxalq təşkilatlarla sıx əməkdaşlıq bu cür fəaliyyətlərin nümunəsi kimi göstərilə bilər.

Özəl sektorun payı regionlar üzrə sənaye məhsullarının həcmində fərqlənməkdədir. Belə ki, bu göstərici Mil-Muğan iqtisadi rayonu, Naxçıvan Muxtar Respublikası və Bakı şəhərində 85%-dən yüksək olsa da, Mərkəzi Aran və Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonunda həmçinin Şərqi Zəngəzurda və Qarabağda özəl sektorun payı 60-70% aralığında dəyişir, yəni, digər regionlarla müqayisədə aşağı hesab edilir ***(Qrafik 2)***.

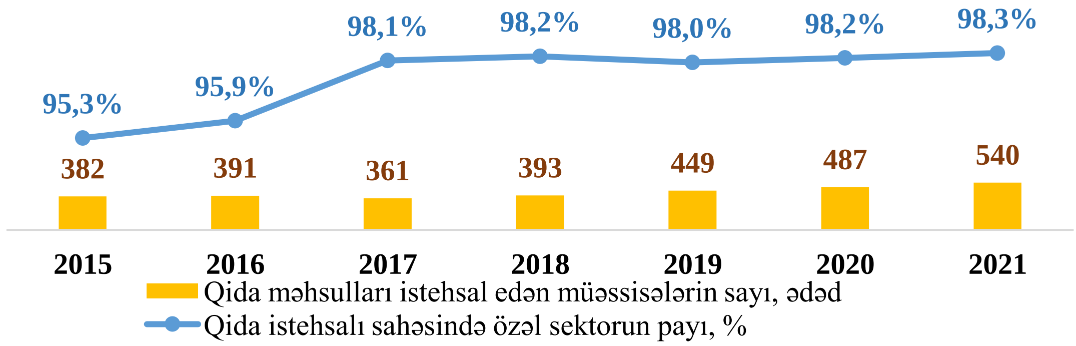
Qrafik 2. Regionlar üzrə sənaye məhsulunun həcmində qeyri-dövlət sektorunun xüsusi çəkisi, faizlə



***Mənbə:** DSK-nın məlumatları əsasında tərtib edilib (https://www.stat.gov.az/source/industry/) [1]*

Özəl sektorun payına görə ikinci yerdə olan qida istehsalı sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayı 2015-2021-ci illər ərzində 382-dən 540-a yüksəlmiş, yəni 158 ədəd yaxud 41.4% artmışdır. Eyni zamanda bu sahədə özəl sektorun payı 3 faiz bəndi yüksələrək 2021-ci ildə 98.3% olmuşdur ***(Qrafik 3)***.

Qrafik 3. Qida məhsulları istehsal edən müəssisələrin sayı və özəl sektorun payı, faizlə

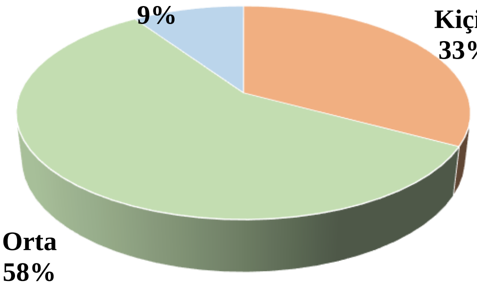


***Mənbə:** DSK-nın məlumatları əsasında tərtib edilib (https://www.stat.gov.az/source/industry/) [1]*

Bildiyimiz kimi, kiçik və orta sahibkarlıq adətən hər bir iqtisadiyyatda mühüm rol oynayır və onlar əksər iqtisadiyyatlar üçün bir bel sütunu kimi müəyyən edilmişdir. Hər ikisi iqtisadi artım üçün vacibdir və inkişafa müsbət təsir göstərir. Məsələn onlar iqtisadi fəaliyyətlər zamanı daha çox dəyər əlavə edə bilərlər, həmçinin işsizliyin və yoxsulluğun azaldılması istiqamətində operativ vasitə ola bilər. Onlar həmçinin hökumətə əlavə gəlir axınına töhfə verməklə ölkənin ÜDM-sinə müsbət təsir göstərir.

Kiçik və orta ölçülü müəssisələr üçün verilən təriflər üstünlük təşkil edən sənayenin təbiətinə və iqtisadiyyatı dəstəkləyən bizneslərə görə iqtisadiyyatdan iqtisadiyyata fərqlənir. Maliyyə qiymətləndirmələri, satış dövriyyəsi, işçilərin sayı və sənayenin inkişaf səviyyəsi kimi aspektlər iqtisadi fəaliyyətin səviyyəsini müəyyən edir. İnkişaf etmiş iqtisadiyyatların tərifləri çox sayda işçi qüvvəsi və daha çox satış dövriyyəsi olan müəssisələri təşkil edir, halbuki inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarda bu, tamamilə fərqlidir [2]. Bununla yanaşı, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərini fərqləndirən bir digər cəhət də işçilərin sayıdır. Azərbaycanda qida məhsulları istehsal edən müəssisələrin cəmi 9 faizi ölçüsünə görə iri müəssisələrdir ***(Qrafik 4)***.

Qrafik 4. Qida məhsulları istehsal edən müəssisələrin ölçüsünə görə bölgüsü, faizlə



Mənbə: *DSK-nın məlumatları əsasında tərtib edilib (https://www.stat.gov.az/source/industry/) [1]*

Dünyada kiçik və orta sahibkarlıq (KOB) müəssisələrin 95%-dən çoxunu və məşğulluğun isə təqribən 60-70%-ni təşkil edir və OECD iqtisadiyyatlarında yeni iş yerlərinin böyük bir hissəsini yaradır. Yeni texnologiyalar və qloballaşma bir çox fəaliyyətlərdə miqyas iqtisadiyyatının əhəmiyyətini azaltdıqca, kiçik müəssisələrin potensial töhfəsi də müvafiq olaraq artır. Bununla belə, KOB-ların üzləşdiyi ənənəvi problemlərin bir çoxu - maliyyə çatışmazlığı, texnologiyadan istifadədə çətinliklər, məhdud idarəetmə imkanları, aşağı məhsuldarlıq qloballaşan və texnologiyaya əsaslanan mühitdə daha kəskin olur [3].

Belə ki, müəssisələr arasında rəqabətin ağırlaşdığı şəraitdə kiçik müəssisələr idarəetmə bacarıqlarını, məlumat toplamaq imkanlarını və texnoloji bazalarını daim təkmilləşdirməlidirlər. Hökumətlər KOB-ların maliyyələşdirmə, informasiya infrastrukturu və beynəlxalq bazarlara çıxışının yaxşılaşdırması üçün institusional və əlverişli iqtisadi mühit yaratmalıdırlar.

Nəticə və təkliflər.

Tədqiqat vasitəsilə müəyyən olunmuşdur ki, müəssisənin rəqabətqabiliyyətliliyi bütövlükdə sahibkarlığın inkişafına müsbət təsir edir. Rəqabətqabiliyyətinin sahibkarlığın inkişafına təsir edərək yaratdığı müsbət meyllər müəssisələrin davamlı inkişafını şərtləndirir. Rəqabət mühiti müəssisələrdə və eləcə də sahibkarlıq mühitində inkişafın, dinamikanın təmin edilməsində mühüm əhəmiyyətə malikdir. Sübut olunmuşdur ki, rəqabət müəssisənin bir sıra göstəricilərinin formalaşmasını şərtləndirir. Həmin göstəricilərə istehsalın həcmi, onun çeşidi, məhsulun qiyməti, satış şəraiti, satış bazarları, kontragentlərlə münasibətlər və s. aiddir. Paralel olaraq bazarda baş verən dəyişikliklər və eləcə də rəqiblər arasındakı münasibətlər də sahibkarlığın inkişafına öz təsirini göstərir.

Müəssisələrdə rəqabətqabiliyyətinin təmin olunması, tənzimlənməsi, idarə edilməsi və s. kimi aspektlərin nəzəri məsələlərini araşdırarkən məlum olur ki, bu parametrin təmin olunması fəaliyyət sferasından asılı bütün iqtisadi subyektlərdə dayanıqlı və davamlı inkişafın əsası kimi çıxış edir. Müəssisələr rəqabətqabiliyyətini artırmaq üçün istehsal prosesində həm istehsal xərclərini, həm də satış xərclərini azaldırlar. Metodoloji məsələyə aid olan bu prosesdə müəssisələr qiymət və keyfiyyət parametrlərini optimallaşdırırlar. Bu proseslərin icrası göstərir ki, rəqabət qiymət balansının müəyyən edilməsində və idarə edilməsində həlledici rol oynayır.

Araşdırmalar vasitəsilə müəyyən olunmuşdur ki, müəssisənin rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsi onun dayanıqlı və davamlı inkişafı üçün ən vacib şərtlərdən biridir. Bu baxımdan da bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyət göstərən sistemlərdə müəssisəlr iştirakçısı olduğu bazarlarda yer tutmaq, uzunmüddətli perspektivdə öz dayanıqlığını qorumaq üçün öz rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsini daimi olaraq bazar tələblərinə uyğun şəkildə yüksəltmək zərurəti ilə üz-üzə olurlar. Bu zəruri tələbin yerinə yetirilməsi üçün vacib olan şərtlərdən biri də rəqabətqabiliyyətliyi təmin edən mühitin olmasıdır. Bu mühitin yaradılması, yəni zəruri bazar infrastrukturunun yaradılması bir çox hallarda əsas ağırlığı ilə dövlət tərəfindən təmin edilir. Bu mühitin təmin edilməsi üçün zəruri olan

bir çox göstəricilərin dinamika səviyyəsi bazarda vəziyyətin müsbət meyllərlə xarakterizə olunduğunu əks etdirməlidir. Aparılan təhlil və araşdırmalar vasitəsilə ölkəmizin qida məhsulları istehsal edən sektorunda əsas iqtisadi göstəricilərin son beş ildə artımla müşahidə edilən dinamikaya malik olduğu müəyyən edilmişdir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1) Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. Sənaye göstəriciləri. Elektron statistik baza. URL: https://www.stat.gov.az/source/industry/

2) Al-Abri M.Y., Abdul A.R. The Difference Between Entrepreneurship and Small and Medium-Sized Enterprises Baltic Journal of Law & Politics 15:1 (2022): 807-821, URL: https://versita.com/menuscript/index.php/Versita/article/download/397/519

3) OECD, Organisation for Economic Co-operation and Development, Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach, Policy Brief, 2000. 8 pages. URL: https://www.oecd.org/cfe/leed/1918307.pdf

4) Каспероуич С.А., Коноуальчик Z.O. «Организация производстуа и управление предпрятием» Минск:БГТУ, 2012, - 344с.

5) Костин И.М., Фасхиев Х.А. Измерение конкурентоспособности предприятий // Менеджмент организации XXI века: Тезисы докл. Междунар науч.-практ. конф. Наб. Челны: КамПИ, 2001.

Турал Расим оглы Абдулзаде

АНАЛИЗ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАYЛЕНИЯ РАЗYИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме

В статье проанализировано современное состояние конкурентоспособности предприятия в Азербайджане и определены приоритетные направления повышения конкурентоспособности. По результатам исследования вносятся предложения по повышению уровня конкурентоспособности на предприятиях.

Кличеуые слова: конкуренция, конкурентоспособность, предприятие, рынок, промышленность.

Tural Rasim oglu ABDULZADE

PRIORITY DIRECTIONS AND DEVELOPMENT OF COMPANY COMPETITIVENESS IN AZERBAIJAN

Abstract

In the article, the current state of the enterprise's competitiveness in Azerbaijan was analyzed and the priority directions for increasing the competitiveness were determined. Based on the results of the research, proposals are made to increase the level of competitiveness in enterprises.

Key words: competition, competitiveness, enterprise, market, industry.

Daxil olub: 02.03.2023