



## The principles of the organization of production on business competitiveness

**İntizar Məmmədova İbrahim qızı \***

\* Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Menecment Bölümü

E-mail: nurhoca@gmail.com

Copyright © 2016 Doç.Dr. İntizar Məmmədova İbrahim qızı. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

### ABSTRACT

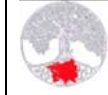
The key goal of the present study is substantiation of characteristics of the principles of sustainable competitiveness for successful realization of the enterprises operating in Azerbaijan. There was also studied the factors influencing to the competitive environment. The research work is based on the systematical analysis and logical generalization of management on the application of appropriate rules, followed in this sphere. It was revealed in the consequence of the study that the practical significance of the affecting factors in external environment and extensive description of the classification of competitive advantages of enterprises are of a great importance in the resolution of an actual problem for increasing of competitive advantages of enterprises. The limitations of the study are theoretically based on the analysis of competitive environment, territorial conditions, abiding of the appropriate rules within the article. The study's scientific innovation appears on specification of the resources of sustainable competitiveness of the enterprises operating in Azerbaijan as principles, separated to six groups.

**Keywords:** Customer activity, customer base, customer price vector, customer price matrix, alphabet attitude, natural separators, customer price.

### Azərbaycanda Müəssisələrin rəqabətə davamlılığı üzrə istehsalın təşkili prinsipləri

#### ÖZET

Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycan Respublikasında mövcud olan müəssisələrin uğurlu fəaliyyətlərinin reallaşdırılması üçün rəqabətə davamlılıq prinsiplərinin xüsusiyyətlərini əsaslandırmaqdır. Burada həmçinin rəqabət mühitinə təsir edən amillər öyrənilmişdir. Tədqiqat işi bu sahədə gözlənilən müvafiq qaydaların tətbiqi üzrə idarəetmənin sistemli təhlilinə və məntiqi ümumiləşdirməsinə əsaslanır. Tədqiqat nəticəsində aşkar edilmişdir ki, müəssisələrin rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması üçün xarici mühitdə təsir amilləri təcübi əhəmiyyəti, müəssisələrin rəqabət üstünlərinin təsnifatının geniş təsviri aktual problemin həllində böyük əhəmiyyət kəsb edir. Tədqiqatın məhdudiyyətləri məqalə üçün rəqabət mühitinin təhlili, ərazi



şəraiti, müvafiq qaydaların gözlənilməsi nəzəri baxımdan əsas götürülmüşdür. Tədqiqatın elmi yeniliyi Azərbaycan Respublikasında fəaliyyətdə olan müəssisələrin rəqabətə davamlılıq ehtiyatlarını altı qrup prinsipində göstərilmişdir.

**Anahtar Kelimələr:** rəqabət, rəqabətə davamlılıq, əmtənin rəqabətqabiliyyətliliyi, rəqabət mühitinin prinsipləri.

## **Azərbaycanda Müəssisələrin rəqabətə davamlılığı üzrə istehsalın təşkili prinsipləri**

### **Xülasə**

Tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycan Respublikasında mövcud olan müəssisələrin uğurlu fəaliyyətlərinin reallaşdırılması üçün rəqabətə davamlılıq prinsiplərinin xüsusiyyətlərini əsaslandırmaqdır. Burada həmçinin rəqabət mühitinə təsir edən amillər öyrənilmişdir. Tədqiqat işi bu sahədə gözlənilən müvafiq qaydaların tətbiqi üzrə idarəetmənin sistemli təhlilinə və məntiqi ümumiləşdirməsinə əsaslanır. Tədqiqat nəticəsində aşkar edilmişdir ki, müəssisələrin rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması üçün xarici mühitdə təsir amilləri təcübi əhəmiyyəti, müəssisələrin rəqabət üstünlərinin təsnifatının geniş təsviri aktual problemin həllində böyük əhəmiyyət kəsb edir. Tədqiqatın məhdudiyyətləri məqalə üçün rəqabət mühitinin təhlili, ərazi şəraiti, müvafiq qaydaların gözlənilməsi nəzəri baxımdan əsas götürülmüşdür. Tədqiqatın elmi yeniliyi Azərbaycan Respublikasında fəaliyyətdə olan müəssisələrin rəqabətə davamlılıq ehtiyatlarını altı qrup prinsipində göstərilmişdir.

*Açar sözlər: rəqabət, rəqabətə davamlılıq, əmtənin rəqabətqabiliyyətliliyi, rəqabət mühitinin prinsipləri.*

### **РЕЗЮМЕ**

Главная цель исследования является обоснованием особенностей принципов конкурент устойчивости для реализации успешной деятельности действующих в Азербайджане предприятий. В данной исследовании были изучены факторы, влияющие на конкурентную среду. Исследовательская работа основывается на системный анализ и логичную обобщенность управления по применению соответствующих правил, соблюдаемых в данной области. Вследствие исследования было выявлено, что в решении актуальной проблемы практическое



значение факторов воздействия внешней среды и расширенное описание классификации конкурентных преимуществ играют важную роль в повышении конкурентоспособности предприятий. В рамках статьи ограничения исследования теоритически базировались на анализе конкурентной среды, территориальных условиях, соблюдении соответствующих правил. В качестве научного новшества исследования ресурсы конкурент устойчивости действующих в Азербайджане были показаны в виде принципов разделенных на шесть групп.

### SUMMARY

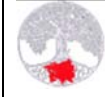
The key goal of the present study is substantiation of characteristics of the principles of sustainable competitiveness for successful realization of the enterprises operating in Azerbaijan. There was also studied the factors influencing to the competitive environment. The research work is based on the systematical analysis and logical generalization of management on the application of appropriate rules, followed in this sphere. It was revealed in the consequence of the study that the practical significance of the affecting factors in external environment and extensive description of the classification of competitive advantages of enterprises are of a great importance in the resolution of an actual problem for increasing of competitive advantages of enterprises. The limitations of the study are theoretically based on the analysis of competitive environment, territorial conditions, abiding of the appropriate rules within the article. The study's scientific innovation appears on specification of the resources of sustainable competitiveness of the enterprises operating in Azerbaijan as principles, separated to six groups.

Rəqabət sahibkarların öz fəaliyyətlərini həyata keçirən zaman uğur əldə etmək üçün müttəfiqləri arasındakı münasibətlər dalğasıdır. Rəqabət sahibkarlıq fəaliyyətində ictimai istehsalın proporsiyalarının, çox işlək mexanizminin təbii tənzimlənməsidir. Bu mexanizm özünü istehsalatın yekun nəticəsində yəni, hazır məhsulun keyfiyyətinə istiqamətlənir. Hazır məhsulun tələbata cavab verməsi, o cümlədən bazarda reallaşması onun rəqabətə davamlılığına işarə edir.

Rəqabət - yaşamaq, davam gətirmək uğrunda yarışmaq, özünü təsdiq və ifadə etmək üsulu, sosial və iqtisadi strukturun mövcud olma formasıdır.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> «Rəqabət və marketinq», Bakı 2012, səh 3



Rəqabətə davamlılıq — bazar münasibətlərinin subyektlərinin analoji malları və ya xidmətləri ilə, həmçinin mal və ya xidmətlərin xüsusiyyətlərinin müəyyən səviyyəyə cavab verməsidir. Rəqabətə davamlılığa təsir edən bazar aspektlərini aşağıdakı şəkildə (1) təsvir edək.

***Malların və xidmətlərin rəqabətə davamlılığının amilləri:***

- ✓ Maya dəyərinin azalması
- ✓ Malların fərqləndirilməsi
- ✓ Bazarın segmentləşdirilməsi
- ✓ İnnovasiyaların tətbiqi
- ✓ Marketing tədqiqatları
- ✓ Qiymətin azalması
- ✓ Fərqləndirici xüsusiyyətlər, keyfiyyətlər
- ✓ Bazarın konkret segmenti üzrə kompleks işlər
- ✓ Rəqibləri qabaqlama

*Şəkil 1. Malların və xidmətlərin rəqabətə davamlılığına təsir göstərən aspektləri.*

L.Erhard qeyd edirdi ki, “Maddi rifah halının yüksək səviyyəsinin təmin edilməsinin ən vasitəsi rəqabətdir.”<sup>2</sup> Bazar sistemində rəqabətin əsas məzmunu — mallara və xidmətlərə onun ehtiyaclarının tam təmin olunması məmnunluğu istehlakçı üçün mübarizədir. Rəqabət eyni zamanda mal istehsalını aktivləşdirir, yalnız kapitalizm dövründə o ictimai məhsulun bazarda nizama salmasının əsas linginə çevrildi. Bugünkü dövrə rəqabətin iki əsas forması müəyyən etdi:

- sahələrarası;
- sahələrdaxili.

Sahələrdaxili rəqabət — eyni sahənin mal istehsalçılarının arasındakı rəqabətdir. Daha yüksək əmək məhsuldarlığı ilə əlavə gəliri qazanmağa, və ya

<sup>2</sup> Qloballaşma və Milli iqtisadiyyatın formalaşması, Bakı 2003, səh 465



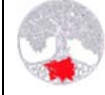
texniki olaraq geridə qalmış sahələri inkişaf etdirərək fəaliyyətin tələb olunan səviyyəyə uyğunlaşmasıdır.

Sahələrarası rəqabət — müxtəlif sahəli müəssisələr arasında rəqabətdir. Burada rəqabətdə sahibkar müxtəlif prizmadan hansı sahəyə investisiya qoymağın daha səmərəli ola biləcəyini əsas götürür.

Hər bir sahibkar bilir ki, gəlirin əldə edilməsinə açar düzgün işgüzar qərarların qəbulu sahəsində tapılır. Buna görə öz rəqibi haqqında məlumatlar toplanılması, öz partnyoru, onların davranışını proqnozlaşdırmağa aparan istənilən informasiyanı əldə etmək üçün sahibkar daha tədbirli davranmalıdır. Biznesin həcmindən asılı olmayaraq müttəfiq haqqında dolğun məlumat gələcək planların formalaşmasına böyük təsir edir. Faydalı və etibarlı informasiyaya ehtiyac o zaman yüksəlir ki, sahibkar tez-tez azad bazar iqtisadiyyatının qeyri-müəyyən və dəyişkən hadisələrlə rastlaşır. İnformasiya riskini azaltmağa, həmçinin biznesdə qeyri-müəyyənliyi azaltmağa icazə verəcək daha çox düzgün işgüzar qərarlar nəticədə gəlirin artımına gətirib çıxarır.

Əmtənin rəqabətqabiliyyətliliyi dedikdə, alıcının konkret tələbatını ödənilməsinə təmin edən onun üçün rəqiblərin müvafiq əmtəələrindən əlverişliliyi ilə fərqlənən keyfiyyət və dəyər səciyyəsinin məcmusu nəzərdə tutulur.<sup>3</sup> Əmtənin rəqabətə davamlılığını qiymətləndirmək üçün, göstəricilər sistemi hazırlamaq lazımdır ki, perspektivli əsasda onların qarşılıqlı əvəzedilməsini nəzərə alaraq mümkün qədər çox istehsalda istifadə edilən resurslar ehtiyatı yaradılsın. Sahibkar gələcəyi görmək, proqnozlaşdırmaqla öz müəssisəsinin perspektivlərini daha geniş işgüzar dünyagörüşünə inteqrasiya etməyi bacarmalı, daim rəqib müəssisələrində işin gedişatını, öz müəssisəsi ilə qarşılaşdıraraq müəyyən nəticələr əldə etməlidir. Rəqibin güclü və zəif tərəfləri bazarda vəziyyətin dəyişməsinə deyil, həm də rəqibin mümkün reaksiyasını görmək, düzgün xüsusi fəaliyyət kursunu hesablamağa imkan verir.

<sup>3</sup> Müəssisənin iqtisadiyyatı, Bakı 2008 səh 145



Hamı tərəfindən qəbul edilmiş yeni maşınlar və avadanlığ məhsuldarlığın artımı üçün əsas amildir. Ancaq bu nəticə həmişə özünü doğrultmur. Pis idarəetmə yeni texnikanı səmərəliliyini azaldır və əvvəlki səviyyə ilə müqayisədə effektivliyə əks təsir edir. Yeni kapital qoyuluşlarının (avadanlığın tənzimləməsinin, heyətin təliminin (təhsilinə), istehsalın təşkilində dəyişikliklərinin və s.) həyata keçirilməsi ilə bağlı əlavə xərclər yeni texnikaya və texnologiyaya investisiyanı əhəmiyyətli dərəcədə üstələyə bilər.

Avadanlığın istismarının ilk mərhələlərində effektivlik bəzi itkilərini gözləmək olar, belə ki onun tənzimləməsinin və hazırlanmış mala son şəkil vermə prosesi davam etdikcə işçilərin biliklərinin təkmilləşməsi fəaliyyətin nəticələrini yaxşılaşdırır. Deməli, fəaliyyətin ilkin çağlarında istehsalın effektivliyinin ümumi səviyyəsi, gözləntilərin əksinə çox olur.

İqtisadi təsirliliyin artması və rəqabətə davamlılıq üçün istehsalın təşkilinin təkmilləşdirilməsi planlaşdırmanın və informasiya dövrülüyünü önə çəkir. Bu halda iki əsas prioritet istiqamət seçilir:

1. Məmulatların sadələşdirilməsi, onun tərkib hissələrinin miqdarının azaldılması.
2. Texnoloji məmulatların planlaşdırılmasının dəqiq inteqrasiyası.

Məhsulların rəqabət qabiliyyətini və müəssisənin rəqabət qabiliyyəti anlayışlarını fərqləndirmək lazımdır. Müəssisənin rəqabətə davamlılığı dedikdə məhsulun layihələşdirməsi, hazırlaması, reallaşdırması, müəssisələrin real və potensial qabiliyyətləri anlaşılır, hansı ki, kompleksdə qiymət və qeyri-qiymət xarakteristikaları üzrə istehlakçılar üçün daha çox cazibədardır və rəqiblərin məhsulu ilə müqayisədə daha üstünlük təşkil edir. Müəssisələrin rəqabətə davamlılığın səviyyəsinin artımı, bazar mühitində onların fəaliyyətinin və elementar sağ qalmasının optimallaşdırılması – müasir iqtisadiyyatın fundamental problemdir. Onun həlli yenidən canlandırılan proseslərin keyfiyyəti, müəssisələrin gəlirliliyi, bazar şərtlərinə uyğunlaşması və sonrakı iqtisadi



artımdan asılıdır. Məhsulların rəqabət qabiliyyətini və müəssisənin rəqabət qabiliyyəti anlayışlarının əsas fərqləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- müəssisənin rəqabətə davamlılığı kifayət qədər uzun müddətli zamanda istifadə olunandır. Məhsulun rəqabətə davamlılığı istənilən iqtisadi nöqtəyə-nəzərdən kiçik müddətə (ay, həftə, gün) təyin edilə bilər;
- yalnız istehlakçı müəssisənin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsini təyin etmir, həm də özü sahibkar həyata keçirir;
- müəssisənin rəqabətə davamlılığı uzunmüddətli xarakteri daşıyır, məhsulun rəqabətə davamlılığı – qısamüddətli.

Reallaşdırmanın dərəcəsi üzrə müəssisənin rəqabətə davamlılığı aşağıdakı istiqamətlərdə bölmək olar:

- potensial rəqabətə davamlılığı;
- real rəqabətə davamlılığı.

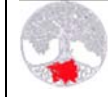
Bazarda üstünlüklü və müdafiə olunan mövqeyin yaradılmasının əsası müəssisənin nadir və qiymətli resurslarından istifadə yolu ilə yaradılmış unikal və yüksək qiymətləndirilən məhsul və xidmətlərin olmasıdır.<sup>4</sup> Bazardan asılı olaraq, müəssisə işləyir rəqabətə davamlılığı aşağıdakı istiqamətlərdə ayırmaq olar:

- müəssisənin daxili rəqabətə davamlılığını;
- müəssisənin xarici rəqabətə davamlılığını.

Müəssisənin potensial rəqabətə davamlılığı xarici və daxili mühitdə rəqabət üstünlüklərinin mövcudluğu ilə səciyyələnir və müəssisənin rəqabət potensialının miqdar qiymətləndirilməsini təşkil edir. Müəssisənin rəqabət potensialı – bazarda rəqabət vəziyyətini təmin edən resurslar kompleksidir. Müəssisənin real rəqabətə davamlılığı müəssisənin bazar qiymətinin göstəricisi ilə təyin edilir.

Müəssisənin rəqabətə davamlılıq amillərinin təsnifatı kifayət qədər genişdir. Bu tədqiq sahəsi üzrə işdə ən əhəmiyyətli təsnifata diqqət yetirəcəyik. İstənilən müəssisənin fəaliyyəti kənar amillərin təsiri altında amillər formalaşır. Belə ki,

<sup>4</sup> Marketing strategiyası və rəqabətli mövqeləşdirmə, (tərcümə) Bakı 2008, səh 482



idarəetmə subyektinin iqtisadi əlaqəsi ilə bağlı məsələsi yaranır, həmçinin bu məsələnin həlli vaxtı xarici mühitlə müəssisənin açıq qarşılıqlı təsiri, münasibətlərin deformasiya edilməsi rentabelliliyi artırır. Buna görə müəssisənin rəqabətə davamlılıq amillərinin bütün məcmusunu aşağıdakı cədvəldə(1) bölmək zərurəti yaranır:

<i>xarici mühitdə təsir amilləri:</i>	<i>daxili mühitdə təsir amilləri:</i>	<i>bazar vəziyyətinin amilləri:</i>
ölkənin rəqabətə davamlılığının səviyyəsi;	marketinqin effektivliyi;	Bazarın cazibədarlığı;
sahənin rəqabətə davamlılığının səviyyəsi;	malın rəqabətə davamlılığı;	bazarda müəssisənin vəziyyəti;
regionun rəqabətə davamlılığının səviyyəsi;	idarəetmənin keyfiyyəti;	bazarda rəqabət.
dövlət təsirinin ölçüləri: iqtisadi (amortizasiya, vergi, maliyyə-kredit siyasəti, investisiya siyasəti,) və inzibati xarakter (hazırlama, təkmilləşdirmə, qanunverici aktların reallaşdırması, iqtisadiyyatın demonopolizasiyası, standartlaşdırmanın və sertifikatlaşdırmanın dövlət sistemi, istehlakçıların maraqlarının hüquqi müdafiəsi);	innovasiya fəaliyyətində fəallıq ( həmçinin internet texnologiyalardan istifadə);	
	istehsalın təşkilinin səviyyəsi;	
	maliyyə vəziyyəti;	
	kadr bacarıq səviyyəsi.	

*Cədvəl 1. Müəssisənin rəqabətə davamlılıq amillərinin təsnifatı.*

Müəssisənin rəqabət üstünlüyü dedikdə, müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına kömək edən ünsürlərin əlverişli vəziyyəti başa düşülür. Rəqabət üstünlükləri, tərəflərin subyektlərinin hərəkətləri nəticəsində xarici və daxili mühitdə qazanılmış müvəffəqiyyətləri xarakterizə edir. Məsələn, xarici mühitdə – effektiv vergi qoyma sistemi, kredit vermənin güzəştli siyasəti və s., daxili mühitdə – effektiv idarəetmə sistemi müəssisədə rəqabətə davamlılıqla, məhsulun və ISO 9000-in beynəlxalq standartları üzrə keyfiyyətli idarəetmə sistemlərinin sertifikatlaşdırılması, məhsulun istehsalat texnikasına patentin mövcudluğu, yüksək ixtisaslı kadrlar və s.



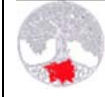


Müəssisənin rəqabətə davamlılığının artırılması – bu ehtiyatların ən effektiv iqtisadi metodlarla təsərrüfatçılıq subyektlərinin inkişafının istifadə olunmamış imkanlarıdır. Azərbaycan Respublikasında fəaliyyətdə olan müəssisələrin rəqabətə davamlılıq ehtiyatlarını altı qrup prinsipə ayırmaq olar: *bazar vəziyyətindən istifadə ehtiyatları; müəssisənin potensialından istifadə ehtiyatları; müəssisənin istehsal-texnologiya potensialından istifadə ehtiyatları; müəssisənin maliyyə-iqtisadi potensialından istifadə ehtiyatları; müəssisənin kadr potensialından istifadə ehtiyatları, coğrafi məkan üzrə mövqe yertutmaları.*

Bazar vəziyyətində müəssisənin rəqabətə davamlılıq ehtiyatlarına müəssisənin effektiv işi üçün həmçinin bazarların və ya onların seqmentlərinin uyğun olan göstəricilərinin təhlili əsasında tələb, təklif, o cümlədən dövlət şərtlərini nəzərə alaraq mövqelərin dəyişməsi ilə yüksək gəlirliliyini təmin edə bilən imkanları daxildir.

Azərbaycan Respublikasında fəaliyyət göstərən müəssisələr bazar seqmenti üzrə öz ranqını zaman keçdikcə genişləndirir. Bazar fəaliyyəti informasiya ötürülməsi ilə, eləcə də kommunikasiya proseslərinin genişlənməsi ilə müəssisənin qarşısında duran rəqabətin strateji bazar dairəsinə aid edilir. Müasir dövrdə bir çox ölkələrdə olduğu kimi ölkəmizdəki bazarlarda da reallaşan məhsulların istehsalçıları arasında qabaqcadan sövdələşmə nəticəsində şəbəkə əməkdaşlığı yaradılmışdır. Bu halı belə izah etmək olar ki, məhsul rəqibin olduğu bazara daxil ola bilmir və ya məhsulun olduğu bazarda rəqib məhsul satılmır. Vəziyyətin görünüşünü istehsalçı və satıcı arasında razılaşma ilə də xarakterizə etmək olar. Çox zaman belə bazarlara sahib olmaq bürokrativ maneələrlə əngələnir.

Dəyişikliyin artdığı dövrdə xüsusi rəqabət bazarlarının yaradılması digər bazarların inkişaf xüsusiyyətləri arasında ən optimal variant hesab edilə bilər. Belə bazarlar həm satıcıların, həm də alıcıların az-çox olması ilə şərtlənir. Lakin bazarlarda keyfiyyət müxtəlif olur.



Müasir şəraitdə, bazarlar sahə üzrə iştirakçılar arasında bölünmüşdür, ən böyük maraq ayrı-ayrı seqmentlərin öyrənilməsini və konkret istehlakçıların tələblərinə istehsalın dəqiq məqsədli oriyentasiyası hesabına rəqabətə davamlı məhsul və ya xidmət bazara çıxardılmasını təqdim etməkdir. Məqsədli bazarın və onun seqmentinin düzgün seçimi ilə yanaşı bazarda fəaliyyət şərtlərinin qiymətləndirilməsinə malik olmalıdır. Bununla bağlı müəssisənin rəqabətə davamlılıq ehtiyatlarını müəyyən etməyə və tələbatın, rəqabətin və gəlirliliyin tendensiyalarını ekstrapolyasiya etməyə icazə verən iqtisadi, siyasi, texniki-texnoloji şərtlərin obyektiv proqnozlarının tərtib edilməsi məqsədəuyğun hesab edilir. Bazar vəziyyətindən istifadə ehtiyatlarının bu qrupuna həmçinin dövlətlə qurulan effektiv fəaliyyətin formal qaydalarının maksimal istifadəsi hesabına öz rəqabətə davamlılığının artımı imkanlarının tətbiqi nəzərdə tutulur. Bu ehtiyatlara daxildir: fəaliyyətin ayrı sferaları üçün müxtəlif vergi güzəştlərinin tətbiqi ilə bağlı; dövlət dotasiyaları sistemindən istifadəsi ehtiyatları, maddi yardımlar, investisiyalar, kreditlər; fəaliyyət sığortaları və s.

Ölkəmizdə mövcud olan müəssisələrin potensial imkanlarından istifadəsi ilə bağlı rəqabətə davamlılıq ehtiyatlarına daxildir: patent-hüquqi işin səviyyəsinin artımı; texniki-iqtisadi və keyfiyyət göstəricilərin təminatı; məmulatın keyfiyyətinin dəyişikliyi, istehlakçı və onun konkret sorğuları, tələblərin hesabı məqsədi ilə texniki-iqtisadi parametrləri; məhsulun etibarlılığının artımı; əvəzediciləri ilə müqayisədə məhsulun üstünlüklərinin təminatı; keyfiyyət xarakteristikalarının artımı yolu ilə məhsulun mümkün modifikasiyalarının təyini, məsələn, uzun ömürlük kimi, istismarda əlverişlilik, xarici dizaynın yaxşılaşması və s.

Sahibkar tək cə daha çox mənfəət götürmək naminə mövcud imkanlardan daha yaxşı istifadə etmək üçün deyil, həm də rəqabətdə məğlub olmamaq, müflisləşmək qorxusu onu əmtəənin fərdi dəyərini ictimai dəyərdən aşağı salmağa



sövk edir, bu isə əmək məhsuldarlığını yüksəltmədən mümkün deyil.<sup>5</sup> Məhsula münasibətdə rəqabət yönümlü siyasətdə fərdi dəyərlə ictimai dəyər çox hallarda bir-birlərinə əks istiqamətlərdə öz mövqelərini alırlar. Fərdi dəyər məhsul vahidinin ərsəyə gəlməsinə qədər olan xərcləri özündə əks etdirir. Fərdi dəyərin istehsalçının satmaq istədiyi fərdi qiyməti xarakterizə edir. İctimai dəyər isə cəmiyyət üzvlərinin arzu etdikləri qiymət xəttini hesab edilir. Adətən bir çox məhsullar üzrə ictimai dəyər fərdi dəyərdən az olur.

Qeyd etmək lazımdır ki, rəqabətdə uduzmamaq üçün iş rejimlərinin artırılması, əlavə işçi qüvvələrinin cəlb edilməsi ilə rəqabətə dayanıqlı məhsul istehsal etmək mümkündür.

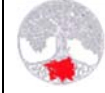
Məlumdur ki, istehsal edilən məhsulun rəqabətə dözümlülüyü istismar müddətinin uzunluğunda, yüklənməsində, tələbin istəyinin reallaşmasında, məhsulun qiymətində özünü göstərir. Ölkəmizdə iqtisadiyyatın bütün sektorlarında bu kriteriyaların gözlənilməsi müəssisələr tərəfindən qarşıya qoyulmuş başlıca məqsədlərdəndir.

Bildiyimiz kimi müəssisə rəqabəti müştərilərin qazanılması üzərində aparır. Bu zaman əsas istiqamət alıcılara daha yaxın olmaq və mövcud imkanların şəffaflığını təmin etmək üçün ictimaiyyətə informasiyaların açıqlığını təşkil etməkdir. Göstərilən məqsədə nail olmaq üçün rəklam ön plana keçir.

“Rəklam – əmtələrin, xidmətlərin və ideyaların mövcudluğunu geniş auditoriyalara çatdırmaq və onlara öyüd və məlumat verərək inandırmağa çalışan şəxsi olmayan pullu əlaqə vasitəsidir.<sup>6</sup> Rəqabət aparan müəssisə rəklam işlərini nə qədər keyfiyyətli və miqyasına görə ətraflı edərsə daha çox alıcıların etmadını qazanmış olar ki, bu da rəqiblər üzərində qazanılmış qələbənin ilk qılgılıcımsansındır.

<sup>5</sup> Azərbaycan İqtisadiyyatı, Bakı 2011, səh 189

<sup>6</sup> Müəssisələrin siyasəti və strategiyaları, Bakı 2002, səh 89



Müəssisələrin rəqabətə davamlılığının artırılması ehtiyatları üçüncü qrup prinsipi müəssisənin istehsal-texnoloji potensial ehtiyatlarından istifadəsi ilə bağlıdır. Bura əsasən aiddir: əsas fondlardan (avadanlıq və qurğuların iş vaxtından) istifadə ehtiyatları; əsas fondların strukturunun yenilənməsi ehtiyatları; istehsalat texnikasının (texnologiya ardıcılığının yaxşılaşması ehtiyatları, texnoloji proseslərin intensivləşdirməsi, istehsalın texnologiya hazırlığının ixtisarlari) təkmilləşdirilməsinin ehtiyatları; istehsalın maddi-texniki təminatının yaxşılaşması ehtiyatları; montaj, start və tənzimləmə və yükləmə-boşaltma işlərinin və nəqliyyat xidmətlərinin yaxşılaşması ehtiyatları.

Müəssisənin rəqabətə davamlılığın artırılması ehtiyatlarının dördüncü qrupu prinsipi — maliyyə-iqtisadi potensialla bağlı ehtiyatlardır. Bu qrupa daxil olan ehtiyatlar qrupuna daxildir: müəssisənin (şəxsi kapitaldan istifadənin ehtiyatları, borc kapitalının cəlb edilməsinin ehtiyatları) maliyyə sabitliyi; müəssisənin investisiya cazibədarlığı; qiymət amillərindən istifadə, həmçinin qiymət, müddət və zəmanətlərin həcmələrində müvafiq dəyişikliklər.

Müəssisədə maliyyənin təşkili prinsipləri ərazi, sahə, iqtisadi-texniki amilləri əsasında həyata keçirilir və istehsalat-təsərrüfat fəaliyyətinin aparılması daxili maliyyə mənbələri hesabına özünümaliyyələşdirmə prinsipinə əsaslanır.<sup>7</sup>

Müəssisənin rəqabətə davamlılığının artırılması ehtiyatlarının beşinci qrupu kadr potensialı ilə bağlıdır. Bu qrupun əsas ehtiyatlarına daxildir: iş vaxtında itkilərin azaldılması; kadrların ixtisasın artırılması; kadrların yaradıcılıq fəallığının artımı və s.

Müəssisənin rəqabətə davamlılığının artırılması ehtiyatları altıncı qrup prinsipi bazis bölgəsi əsas mərkəz hesab edilir. Bazis bölgəsi rəqabətdə uğur qazanılması üçün rəqib müəssisələrdən fərqli olaraq xammal ehtiyatlarına

<sup>7</sup> Müəssisənin maliyyəsi, Bakı 2007, səh 11



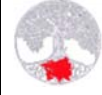
yaxınlıq aid edilir. O cümlədən zaman və nəqliyyat xərclərinin sərfiyyatı bu prinsipin əsas məğzini təşkil edir.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən müəssisələrin rəqabət mühitinin ümumi prinsiplərini şərtləndirən amilləri aşağıdakı kimi qeyd etmək olar:

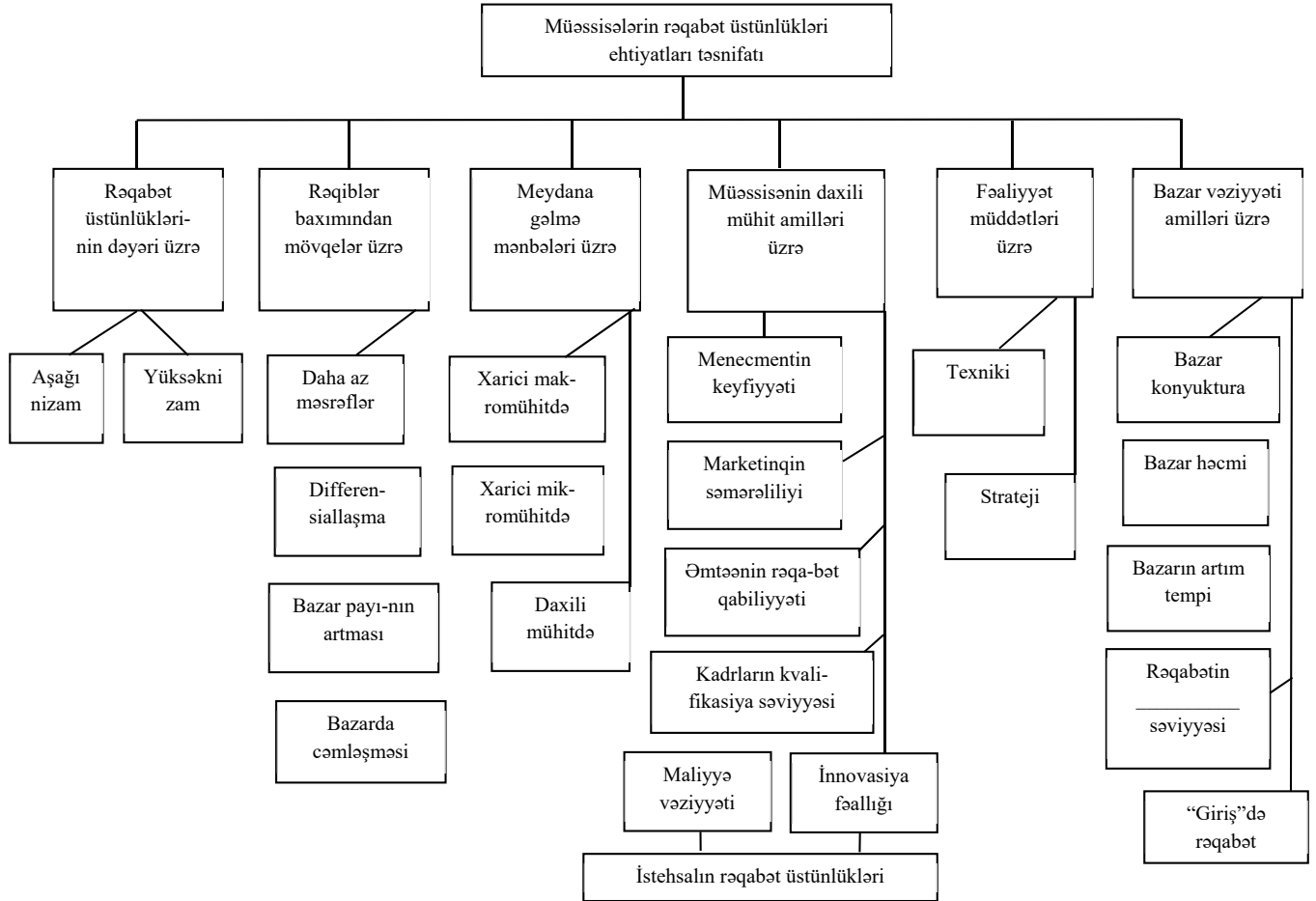
- Fəaliyyətin yüksək rentabelliliyinin təmin edilməsi;
- Alqı-satqı fəaliyyəti üzrə bazarların tələblərinə yönəldilməsi;
- Məhsul istehsalının tələbatdan asılılığı ilə müəyyənləşməsi;
- Tələbatın ödənilməsi üçün elmi-tədqiqat, təcrübi-konstruktor işlərinin yerinə yetirilməsi;
- İdarəetmənin daha çevik və səmərəli təşkili üzrə quruluş sistemlərinin yaradılması;
- İstehsal, satış və ondan sonrakı mərhələlərdə qarşılıqlı əlaqə və təsirin yaradılması.

XXI əsrin astanasında Azərbaycan Respublikasının müstəqil inkişaf yoluna qədəm qoyması gələcək iqtisadi inkişafa dönüş nöqtəsi oldu və bu proses taleyüklü dəyişikliklərin meydana gəlib genişlənməsi üçün zəmin təşkil etdi. Dünyada gedən irimiqyaslı qloballaşma prosesi, iqtisadi həyatın getdikcə daha çox beynəlmilləşməsi bu və ya digər ölkənin ictimai inkişafında xarici amillərin rolunun sürətlə artmasına səbəb olmuşdur. Hazırkı şəraitdə ölkələrin zənginliyi onlarda olan təbii sərvətlərin bolluğu dərəcəsi ilə deyil, bu sərvətlərdən beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlükləri nəzərə alınmaqla, bacarıqla istifadə edilməsindən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır.

Ölkəmizdə müəssisələrin rəqabət üstünlüklərini aşağıdakı şəkildə (2) qeyd etmək olar:



Şəkil 2. Azərbaycanca müəssisələrin rəqabət üstünlərinin təsnifatı.



### Ədəbiyyat siyahısı

1. «Rəqabət və marketing», Bakı 2012, səh 3
2. Qloballaşma və Milli iqtisadiyyatın formalaşması, Bakı 2003, səh 465
3. Müəssisənin iqtisadiyyatı, Bakı 2008 səh 145
4. Marketing strategiyası və rəqabətli mövqələşdirmə, (tərcümə) Bakı 2008, səh 482
5. Azərbaycan İqtisadiyyatı, Bakı 2011, səh 189
6. Müəssisələrin siyasəti və strategiyaları, Bakı 2002, səh 89
7. Müəssisənin maliyyəsi, Bakı 2007, səh 11.