



UOT: 33

<https://doi.org/10.59849/2409-4838.2024.2.95>

BİZNESLƏRDƏ RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİK VƏ ONA TƏSİR EDƏN AMİLLƏRİN TƏDQIQI

Hüseyn Fuad oğlu Davudov 

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC), Bakı, Azərbaycan

*mrdavudoff@mail.ru

Biznesdəki rəqabətə, şirkətin uğurlu gələcəyinə və bazardakı mövqeyinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərən müxtəlif amillər vardır. Xüsusilə qeyd etməkdə fayda var ki, bu amillərin təsiri konkret sənayedən, bazar segmentindən və fərdi inkişaf strategiyalarından asılı olaraq dəyişə bilər. Bundan əlavə iqtisadi şərait, sosial sabitlik və sosial mədəni meyillər kimi xarici amillər də rəqabət qabiliyyətinə təsir göstərə bilər. Rəqabət əsrlərdir ki, əksər növ biznesin ayrılmaz tərkib hissəsi olmağa davam edir. Şirkətlərin də əsas hədəflərindən biri “ayaqüstə qalmaq” üçün rəqabətqabiliyyətlik balansını qoruyub saxlamaq olmalıdır. Rəqibləri qarşısında davam gətirə bilməyən, geridə qalan istənilən biznes tənəzzül etməyə məhkumdur və rəqabətqabiliyyətlik balansını qoruyub saxlamağın ən vacib yolu rəqabətqabiliyyətliliyə təsir edən amilləri dərindən araşdırmaq və bu barədə ciddi dərəcədə dəyərli məlumatla sahib olmaqdır. Bizim hazırladığımız elmi iş üzrə gəldiyimiz nəticə bundan ibarətdir ki, rəqabətqabiliyyətlik əksər biznes sahəsinin mütləq əlində tutulmalı olduğu, bu faktor olmadan qısa müddətdə tənəzzülə məhkum olduğudur. Məqalənin elmi yeniliyi rəqabət qabiliyyətinin müxtəlif baxış bucaqlarından təsnifləşdirilməsi və hazırlanan rəqabətqabiliyyətlik piramidası əsasında rəqabət mövzusunda müxtəlif miqyaslarda baxılmasıdır.

Açar sözlər: *Biznesdə rəqabət, rəqabətqabiliyyətlik, rəqabət piramidası, rəqib yanaşmalar, rəqabət nəzəriyyəsi.*

GİRİŞ

Rəqabət və rəqabətqabiliyyətlik iqtisadi sistemin bazar mexanizmlərinə əsaslanan funksionallığını təmin edən ən əsas tərkib hissəsidir. Qloballaşan dünyada inkişafın müasir mərhələsi dövlətlərarası münasibətlərin və bazarlara müstəqil daxilolmaların artımı və dərinləşməsi ilə xarakterizə olunur. Müvafiq olaraq hər hansı ölkə iqtisadiyyatında müxtəlif faktorların təsiri altında formalaşan rəqabətin vəziyyəti ilk növbədə iqtisadi effektivlik göstəricilərində özünü büruzə verir. Rəqabət təbiətdə, iqtisadiyyatda və insan cəmiyyətində flora və faunalar, mülkiyyət formaları və milli iqtisadiyyat sahələri, ölkələr, millətlər, xalqlar arasında və daxilində həyat üçün ümdə olan resurslar və imkanlar naminə gedən açıq və ya üstüörtülü yarışdır. Rəqabət - iqtisadi inkişafın, məhsulun keyfiyyətinin yüksəlməsinin, elmi texniki tərəqqinin sürətlənməsinin, istehsal xərclərinin və qiymətin aşağı enməsinin güclü stimuludur. Cəmiyyət üçün səmərəsiz, yüksək məsrəf tələb edən və mənfəətsiz istehsalın ləğv edilməsini tələb edən rəqabət, ictimai istehsalın səmərəliliyinin intensiv artması üçün şərait yaradır. Praktikada rəqabət, müəssisələri bazar tələblərinə istiqamətləndirərək, əmtəə və xidmətlərin istehlakçılar tərəfindən geniş seçiminə və istehsal ehtiyaclarının lazımı dərəcədə ödənilməsinə zəmin yaradır [1].

ƏSAS HİSSƏ

Rəqabətin iqtisadi mahiyyətini izah edərkən əsasən üç yanaşmadan istifadə olunur: *davranış, struktur və funksional yanaşmalar.*

Tarixi inkişaf yolunda rəqabətin iqtisadi yöndən izahında **davranış yanaşması** ilk yanaşma hesab olunur və Adam Smit bunu “Saticıların məhsullarını satmaq üçün daha əlverişli şərtlər uğrunda göstərdikləri ədalətli rəqabət prosesi” olaraq ifadə edirdi. Bir çox neoklassik nəzəriyyələrdə isə



davranış yanaşması çərçivəsində rəqabət qıt iqtisadi resurslar üstündə aparılan mübarizə kimi dəyərləndirilirdi [9].

Struktur yanaşmasında isə bazarın tipi və mövcud bazar mexanizmində hökmran olan şərtlər vaciblik ərz edir: “Rəqabət bazarda mövcud olan çoxsaylı alıcı və satıcıların bazara sərbəst şəkildə daxil olmaq və tərək etmək imkanlarını təqdim edən şərtlər məcmuəsidir”.

Funksional yanaşma rəqabət anlayışını onun iqtisadiyyatda olan rolu baxımından öyrənir. Başqa sözlə, müvafiq bazar tipindən və xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, bazarda mövcud rəqabətin statusu onun həmin iqtisadiyyatdakı iqtisadi məzmununu əhatə edir [5].

Təbiət etibarilə rəqabət dinamik prosesdir. Rəqabət göstəriciləri sırasına aşağıdakıları göstərmək mümkündür:

- Cari bazarda mövcud olan müəssisələrin sayı;
- Homogen əmtəələrin müxtəlif əlamətlərə əsasən fərqləndirilməsi (marka, keyfiyyət, rəng və s.)
- Müəssisənin bazara giriş və çıxış azadlığı və s.

Rəqabət öz iqtisadi məzmununu bir neçə müstəvidə göstərir. Mükəmməl rəqabət – bazarda çoxlu sayda satıcıların və alıcıların mövcud olduğu elə bir rəqabət formasıdır ki, onlar bazar strukturunun dəyişilməsinə heç bir təsir göstərə bilmirlər və öz məhsullarını artıq formalaşmış qiymətdən satmağa məcburdurlar və təklifin miqdarını dəyişərək qiymətə təsir etmələri mümkün deyil. Mükəmməl rəqabətin hakim olduğu bazarda elə bir iqtisadi mühit vardır ki, istehsalçılar maksimal istehsal effektivliyinə və buraxılan məhsul assortimentinin yenilənməsinə və zənginləşməsinə aid bir çox imkanlara sahibdirlər. Mükəmməl rəqabətin təmin edilməsi üçün məhsulun qiymət və keyfiyyət homogenliyi və bazar iştirakçılarının daxil olan əmtəələr haqda eyni dərəcədə məlumatlandırılması kimi şərtlərin mövcudluğu mütləqdir. Əgər zəruri şərtlərdən heç olmasa birinin əskik olarsa, o zaman biz artıq qeyri-mükəmməl rəqabətdən bəhs etmiş olarıq. Qeyri-mükəmməl rəqabət bazar iqtisadiyyatının elə bir formasıdır ki, eynicinsli əmtəənin bir neçə deyil, çox az miqdarda, bəzənsə bir istehsalçısı olur. Digər iştirakçıların zəruri informasiyaya çıxışı yoxdur. Bazara giriş və çıxış bir çox süni əngəllərlə əhatə olunduğuna görə sərbəst daxilolmalar və çıxışlar olduqca çətindir. Qiymət balansını mövcud deyil. Əgər çox az sayda iştirakçı varsa, onların gələcəkdə inhisarçı olmaq şansı çoxdur. İstehsalın miqdarını, əmtəə və xidmətin qiymətini özü müstəqil surətdə müəyyənləşdirən inhisarçıdan fərqli olaraq real həyatda daha çox oliqopol bazar tipinə və uyğun olaraq da onda hakim olan qeyri-mükəmməl rəqabət tipinə rast gəlinir. Oliqopol bazar elə bazar növüdür ki, bazarda az miqdarda satıcılar var və süni baryerlər olduğundan bazara daxilolmalar çətindir. Belə bazar tipində müvafiq olaraq hər bir iştirakçı öz rəqibinin davranışlarını mütləq şəkildə nəzərə alır. Bir çox halda mənfəət makzimizasiyası məqsədi ilə satıcılar birləşib vahid təşkilat adından çıxış edirlər.

Rəqabət qabiliyyətlilik: Rəqabət anlayışının mahiyyətinə əsaslanan digər vacib anlayış rəqabətqabiliyyətlilikdir. İqtisadi nəzəriyyədə rəqabət qabiliyyətinin vahid dəyərləndirmə metoduna və yanaşmasına əsaslanan tərfi yoxdur. Ümumi olaraq isə rəqabət qabiliyyəti əmtəələr və xidmətlər bazarında rəqabət etmək proseslərini əhatə edən davranışları ifadə edir. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının tərəfindən təqdim olunan tərifdə rəqabətqabiliyyətlilik, firmaların, sahələrin, regionların və millətlərin beynəlxalq rəqabətə açıq qalmaq şərti ilə nisbi olaraq yüksək gəlir səviyyəsi və əmək haqqı təmin etmək üsul və vasitələrdən ibarət olduğu vurğulanır. M.Porterə görə isə rəqabətqabiliyyətlilik əmtəə, xidmətlər və ya bazar subyektlərinin bazarda mövcud olan analoji əmtəə, xidmət və bazar subyektləri ilə bərabər səviyyədə rəqabət aparmaq xüsusiyyətləridir. M.Helvanovskiye görə isə rəqabətqabiliyyətlilik müvafiq subyekt üçün iqtisadi yarışda üstünlük yaradan xüsusiyyətlərdir. Rəqabətqabiliyyətlilik elmi müzakirələrin planında prioritet olmaqla yanaşı, həm də bütün dünya iqtisadiyyatlarını narahat edən öncəlik məsələ olub və qalmaqdadır. İqtisadi siyasət və islahatlar rəqabət qabiliyyətinin intensivliyinin artırılması və davamlı fəaliyyətin əsas alətləri kimi qəbul edilmişdir. İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyəti təkcə makroiqtisadi müstəvidə deyil, həm də mikroiqtisadi səviyyədə fəaliyyət göstərən amillərin inteqrasiya olunmuş məcmusudur.



Rəqabətqabiliyyətlilik termininin məqsədəuyğun şəkildə istifadə edilərək aid olduğu obyektləri müəyyənləşdirmək və tətbiq etmək üçün ilk öncə onun əhəmiyyətli xüsusiyyətlərini aydınlaşdırmaq lazımdır.

Nisbilik – Rəqabətqabiliyyətlilik bir obyektin göstəricilərinin digər rəqib obyektin göstəriciləri ilə müqayisəsi zamanı yaranır. Rəqiblərlə müqayisə etmədən rəqabətqabiliyyətlilik haqda hər hansısa yekun nəticəyə gəlmək mümkün deyil. Nisbilik hər hansısa müəssisənin rəqabətqabiliyyətliliyinin arxasında dayanan rəqabət kontekstini formalaşdıran ən əsas xüsusiyyətdir. Məhz bu məqam rəqabətqabiliyyətliliyi effektivlik, məhsuldarlıq, keyfiyyət, inkişaf tempi və digər müəssisədaxili sahibkarlıq göstəricilərindən fərqləndirir.

Şərtlik - Rəqabətqabiliyyətliliyin müəyyən məhsul qrupu üçün konkret bazarda və rəqiblərdən asılı olaraq formalaşdığını ifadə edir. Müxtəlif bazarlarda 10 fəaliyyət göstərən müəssisələr rəqib hesab oluna bilməz, çünki onların göstəricilərini müqayisə etmək üçün ortaqlıq sahəsi yoxdur.

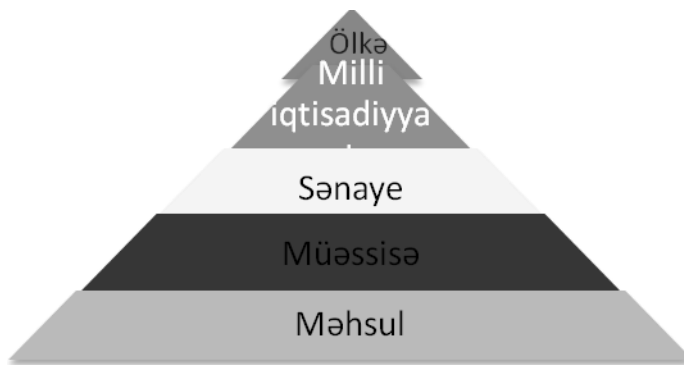
Obyektivlik – Obyektivlik rəqabətqabiliyyətlilik haqda subyektiv nəticələrin məcmusu deyil, hər hansısa müəssisənin və ya sahənin immanent, obyektiv xüsusiyyətlərini əks etdirir.

Dinamiklik – Dinamiklik rəqabətqabiliyyətliliyin zamanla olan qarşılıqlı əlaqəsini bildirir. Bu özünü müəyyən zaman periodu üçün və ya konkret tarix üçün göstə bilər.

Bir çox iqtisadi təhlillərdə rəqabətli və rəqabətqabiliyyətlilik anlayışlarını bir-biri ilə qarışdırırlar ki, bu da təhlillərin obyektivliyinə təsir göstərir. Termin olaraq “rəqabətli” terminini əsasən bazar, sahə, fəaliyyət sahəsi və əmtəələrə aid edirlər. “Rəqabətqabiliyyətlilik” isə termin olaraq əsasən müəssisələrə, məhsullara və personala aid edilir. Sözsüz ki, hər iki termin bir-biri ilə yaxında əlaqəlidir, buna baxmayaraq konkret fərqlər mövcuddur. Belə ki, biz rəqabətli bazar deyərək daxilində olan iştirakçıların bir-biri ilə rəqabət apardığı bazar növünü nəzərdə tuturuq, lakin rəqabətqabiliyyətlilik bazar dedikdə isə, qısaca olaraq, böyüyən, investisiya cəlb edən bazarı nəzərdə tuturuq.

Rəqabətqabiliyyətlilik ölkələrin, sənayelərin və müəssisələrin uğurlarının dərəcə olaraq göstərilməsində əsas meyar olaraq qəbul edilir. Dünya İqtisadi Forumu (WEF) rəqabətqabiliyyətlilik anlayışını məhsuldarlığın səviyyəsini müəyyən edən vasitə, siyasət və amillərin məcmusu kimi təyin etmişdir. Həmçinin, rəqabətqabiliyyətlilik bazarda daha ciddi və möhkəm yer tutmaq, daha yüksək mənfəət əldə edə bilmək, uzunmüddətli sabitliyi qorumaq və bu kimi göstəricilərin böyüməsi nəticəsində insanların rifahının və yaşam səviyyəsinin yüksəlməsinə töhfə verən önəmli amil kimi qeyd olunur. Əksər müəssisələr “ayaqüstə qalmaq” üçün daxili və beynəlxalq bazarlarda bir-birləri ilə mütləq rəqabət aparmalıdırlar. Uğur qazanmaq adına ciddi rəqabət üstünlüyünə şahid olmaq lazımdır ki, bu da yüksək performans nümayiş etdirmək və bunu qoruyub saxlaya bilmək deməkdir. Müəssisələrin davamlı iqtisadi inkişafının təmin edilməsi kontekstində rəqiblərlə müqayisədə cari vəziyyətin, imkanların və təhdidlərin obyektiv surətdə qiymətləndirilməsi əhəmiyyətlidir. Rəqabətqabiliyyəti olan sahəni olmayanlardan ayırmağın bir neçə sadə üsulu var. Sadə bir dil ilə izah etmək istəsək deyə bilərik ki, hər hansı bir biznes sektorunun daxilində fəaliyyət göstərən müəssisələr arasında rəqabət mühiti varsa, həmin sahəni rəqabətli sahə adlandırmaq olar. Bununla yanaşı həmçinin, əgər həmin sahə istehsal potensialında yüksəliş nümayiş etdirirsə, həm ölkə daxili, həmçinin beynəlxalq müstəvidə digər sahələrə nisbətə investisiya hərəkətliliyinin cəlb edilməsində uğurlu nəticələrə malikdirsə, həmin sahəni rəqabətqabiliyyətli sahə adlandırmaq mümkündür.

Rəqabətqabiliyyətlilik yekun nəticədə çoxyönlü model formasında müxtəlif kateqoriyada - əmtəənin, sənaye sahəsinin və ya milli iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyini xarakterizə edən və səviyyədə göstərici olaraq qəbul edilən rəqabətqabiliyyətlilik piramidasını əmələ gətirir.



Şəkil 1. Rəqabətqabiliyyətlilik piramidası
Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Birinci, yəni alt yaşıl pillə istehsal olunan əmtəənin rəqabətqabiliyyətliliyini göstərir. Piramidanın ikinci qırmızı rəngli mərtəbəsində firmanın rəqabət qabiliyyəti qeyd olunub. Üçüncü sarı rəngli mərtəbədə sənaye sahəsinin rəqabət qabiliyyəti, dördüncü mavi mərtəbədə milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyəti və nəhayət ən son bənövşəyi mərtəbəsində ölkənin rəqabət qabiliyyəti öz əksini tapmışdır. Bu ən ümumi, geniş miqyas hesab olunur (şəkil 1).

Milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyəti dedikdə həm daxili, həm də xarici bazarlarda digər iştirakçılarla təqdim etdikləri zəngin çeşid və yüksək keyfiyyətli məhsul və ya xidmətlərlə kifayət qədər rəqabət qabiliyyətinə malik firmaların varlığı başa düşülür. Xarici bazarlara ixrac olunan məhsul və xidmətlərin kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin yüksək olması rəqabət qabiliyyətlilik haqqında kifayət qədər məlumat versə də, eyni zamanda milli və xarici kapitalın integrasiya prosesi ilə əlaqədar adaptasiya şərtləri də bir o qədər ciddi xarakterə malik olur. Bu istiqamətdə dövlətin iqtisadi mühiti yaxşılaşdırma funksiyaları qabarıq olaraq özünü biruzə verir.

Biznesdə rəqabətqabiliyyətlilik şirkətin müştərilərə optimal təcrübə təqdim etmək üçün məhsul və xidmətlərin qiymətini keyfiyyətlə balanslaşdırma qabiliyyətinə aiddir. Bundan əlavə biznesdə rəqabət qabiliyyəti keyfiyyət, qiymət və ya hər iki amilin birləşməsinə görə şirkətin rəqiblərindən daha çox satış və ya müştəri loyallığına nail olmaq qabiliyyətinə deyilir.

Biznesdə rəqabət qabiliyyətini iki qrupa bölmək olar: qiymət rəqabətliliyi və struktur rəqabət qabiliyyəti. Qiymət rəqabətliliyi biznesin təklif etdiyi mal və ya xidmətlərin keyfiyyətini qoruyub saxlaya bilməsi, eyni zamanda onlara rəqiblərindən daha aşağı qiymət qoyması vəziyyətinə aiddir.

Struktur rəqabət qabiliyyəti təklif etdikləri qiymətlərdən asılı olmayaraq, biznesin rəqiblərə nisbətən daha yaxşı satış və ya müştəri loyallığını qoruyub saxlaya bildiyi vəziyyəti əks etdirir. Bunun səbəbləri onların daha güclü brend şəxsiyyətinə, daha keyfiyyətli məhsul və xidmətlərə və ya rəqiblərinin təklif etmədikləri əlavə məhsul və ya xidmətlərə malik olması ola bilər.

Biznesdə rəqabətə davamlı olmaq nə üçün vacibdir?

Ümumi olaraq deyə bilərik ki, biznes dünyasında rəqabətə davamlı olmaq, inkişaf etmək, seçilən olmaq üçün vacibdir. Bu müəssisəni innovativ düşüncə və iş prinsipləri ilə daha sürətli hərəkətə keçirərək müştərilərin və digər maraqlı tərəflərin maraqlarını qarşılamaq mövzusunda öndə getməyə imkan yaradır. Ayrıca rəqabətə davamlı olmaq sürətli dəyişən iş dünyasında uğurlu olmağın önəmli açarlarından biridir və müəssisəni bu mühitə hazırlayır [2, 6].

Biznesdə rəqabətə davamlı olmağın vacib olmasının bəzi əsas səbəbləri arasında aşağıdakılar var:

Biznesləri təkmilləşdirməyə ruhlandırır: Rəqabət qabiliyyəti biznesdə vacibdir, çünki o, sizi və rəqiblərinizi sənayeniz daxilində və ondan kənarında təkamülə davam etməyə ruhlandırır. Bu, biznesinizin aktual qalmasına və dəyişən istehlakçı ehtiyaclarına uyğunlaşmağa kömək edə bilər. Yeni məhsul və texnologiyaların yaradılmasına töhfə verir: Biznesdə rəqabət qabiliyyəti istehlakçıya fayda verən innovativ yeni məhsul və texnologiyaların yaradılmasına səbəb ola bilər. Məsələn,



daha yaxşı maşın və alətlər təklif etmək üçün rəqabət apararı iki tibbi təchizat şirkəti xərçəngin aşkarlanmasına kömək edən yeni cihaz yarada bilər. Rəqabət qabiliyyəti sayəsində onlar xərçəng diaqnozunu sürətləndirməyə kömək edən bir şey yaradırlar ki, xəstələr daha tez müalicə ala bilsinlər [3, 8]. Rəqiblərə xeyriyyəçilik işlərinə töhfə verməkdə kömək edir: Biznesdə rəqabətqabiliyyətliliyin digər müsbət elementi bir şirkətin xeyriyyəçilik təşəbbüslərinin rəqiblərinə təsir göstərə bilməsidir. Əgər ofis ləvazimatları mağazanız varsa və şəhərdaxili məktəblərə pulsuz məktəb ləvazimatları bağışlamaq məqsədi daşıyan reklam kampaniyası yaratsanız, rəqibləriniz xeyrixah brend şəxsiyyəti yaratmaq üçün oxşar hərəkətlər edə bilər. Töhfələrdən əlavə, xülasə olaraq deyə bilərik ki, biznesdə rəqabətə davamlı olmaq müəssisələrin bazar payını artırmaq, müştəri məmnuniyyətini təmin etmək, innovasiya və səmərəliliyi artırmaq, global bazarda rəqabət qabiliyyətini yüksəltmək və uzunmüddətli dayanıqlılığı təmin etmək üçün vacibdir [7].

Biznesinizin rəqabətdə qalması yolları

Biznesinizi böyütməklə yanaşı sənayenizdə rəqabətə davamlı olmağın bir neçə yolu var:

Dəyər təklifi yaradın. Dəyər təklifi şirkətinizin yaxşı iş gördüyünə inandığınız, şirkətinizi rəqiblərdən daha da fərqləndirən amillərin siyahısıdır.

Şirkətinizin ölçüsünü, məhsul və ya müştəri xidməti baxımından nə təklif etdiyinizi nəzərdən keçirərək başlayın. Sonra bir neçə rəqibin biznesinə əsas komponentləri nəzərdən keçirin. Bundan siz bazarda nəyi daha yaxşı etdiyinizi müəyyən edə bilərsiniz. Məsələn, daha yaxşı qiymətə, daha çox pərakəndə satış yerinə və ya onların təklif etmədiyi əlavə məhsul və xidmətlərə sahib ola bilərsiniz. Bu komponentləri daha da inkişaf etdirmək üçün təməl kimi istifadə edin.

Müştəri münasibətlərini inkişaf etdirin. Sənayenizdə rəqabətə davamlı qalmağın digər əla yolu müştərilərlə əlaqə qurmaq, onların təcrübəsini təkmilləşdirmək və müştəri bazanızı artırmaq üçün ardıcıl olaraq yeni və innovativ yollar tapmaqdır. Rəqabətə davamlı olmaq üçün, mövcud müştərilərinizin rəqibdən çox sizə qayıtmaq üçün bir səbəbi olduğundan əmin olun. Daxili təşkilatı nəzərdən keçirin. Şirkətinizin şöbələr və yerlər arasında əlaqə qurma tərzini məhsuldarlığınıza və ümumi uğuruza təsir edə bilər. Hansı şöbələrin əlavə işçi heyətinə ehtiyacı olduğunu, hansı şöbələrin əhəmiyyətli fayda vermədiyini və şirkət işçiləri arasında məlumatın yayılmasını yaxşılaşdırmaq üçün hansı kommunikasiya kanallarını tətbiq edə biləcəyinizi müəyyən etmək üçün şirkətinizin daxili quruluşunu nəzərdən keçirin.

Yeni texnologiyalara investisiya qoyun. Məhsulların istehsalı üçün yeni mexanizmlər, IT proqram təminatı və digər texnologiyalar biznesiniz üçün sərfəli və sürətli nəticələrin yaradılmasında faydalı ola bilər. Bu, e-poçtdan başqa daha şəxsi səviyyədə işçilərlə əlaqə yaratmaq üçün biznes mesajlaşma proqramından istifadə etmək və ya geyim fabrikinizə parça yayan maşınlar əlavə etmək kimi sadə bir şey ola bilər.

İşçinin iş qəbul prosesini gücləndirin. Rəqabətə davamlı olmaq üçün siz həmçinin yüksək səviyyəli işçiləri işə götürməlisiniz. Geniş bir iş qəbul və təlim proqramı yaratmaqla siz işçilərinizin üzərində işləmək üçün vacib dəyərləri aşılaya bilərsiniz.

Biznesdə rəqabətqabiliyyətliliyi qoruyub saxlamaq üçün mütləqdir ki, bura təsir edən amilləri də bilmək lazımdır. Rəqabətqabiliyyətliliyə təsir edən ən əsas amillər aşağıda sadalanmışdır.

1. Bazar və Sənaye Şərtləri: Müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi bazar və sənayenin vəziyyəti həlledici rol oynayır. Bazarın ölçüsü, böyümə sürəti, tələb meylləri, müştərilərin üstünlükləri və rəqabət mənzərəsi kimi amillər şirkətin effektiv rəqabət qabiliyyətinə təsir edə bilər.

2. Texnoloji irəliləyişlər: Sürətli texnoloji irəliləyişlər biznes üçün həm imkanlar yarada, həm də çətinliklər yarada bilər. Texnologiyaları effektiv şəkildə mənimsəyən və istifadə edən şirkətlər rəqabət üstünlüyü qazana bilər, tempi davam etdirə bilməyənlər isə rəqabətdə qalmaq üçün mübarizə apara bilərlər.

3. İnnovasiya və Məhsulların İnkişafı: Yeni məhsul və ya xidmətlərin innovasiyası və inkişaf etdirilməsi bacarığı rəqabətə davamlı olmaq üçün vacibdir. Tədqiqat və inkişafa sərmayə qoyan, innovasiya mədəniyyətini inkişaf etdirən və bazara unikal və əlavə dəyərli təkliflər gətirən şirkətlər



çox vaxt əhəmiyyətli üstünlük əldə edirlər...

4. Xərclərin Strukturu və Səmərəlilik: Effektiv əməliyyatlar və təchizat zəncirinin idarə edilməsi vasitəsilə xərc səmərəliliyinə nail olmaq rəqabətqabiliyyətlilik üçün çox vacibdir. Keyfiyyətdən ödənin vermədən xərcləri minimuma endirə bilən müəssisələr rəqabətqabiliyyətli qiymətlər və daha yaxşı mənfəət marjaları təklif edə bilirlər.

5. İnsan Kapitalı: Bacarıqlı və motivasiyalı işçilər istənilən biznes üçün dəyərli varlıqdır. Bacarıqlı və məşğul işçi qüvvəsi məhsuldarlığı artırır, innovasiyalara təkan verir və müstəsna müştəri xidməti göstərə bilər və şirkətin rəqabət qabiliyyətinə töhfə verir.

6. Marketing və Brendinq: Effektiv marketing strategiyaları və güclü brendləşdirmə səyləri müəssisələrə rəqiblərdən fərqlənməyə, müştəri loyallığını yaratmağa və bazar payını ələ keçirməyə kömək edir. Yaxşı müəyyən edilmiş brend imici və cəlbedici marketing mesajları istehlakçıların qavrayışlarına və seçimlərinə təsir göstərə bilər.

7. Maliyyə Resursları: Müəssisələrin böyümə imkanlarına, tədqiqata, inkişafa və marketing səylərinə sərmayə qoyması üçün adekvat maliyyə resurslarına çıxış çox vacibdir. Güclü maliyyə sağlamlığı, kapitala çıxış və səmərəli maliyyə idarəçiliyi şirkətin rəqabət qabiliyyətinə töhfə verir.

8. Hökumət Qaydaları və Siyasətləri: Tənzimləmə mühiti biznesin rəqabət qabiliyyətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər. Əlverişli tənzimləmələr, dəstəkləyici siyasətlər və sabit qanunvericilik bazası əlverişli biznes mühiti yarada bilər, həddindən artıq qaydalar və ya siyasət qeyri-müəyyənlikləri isə rəqabət qabiliyyətinə mane ola bilər.

9. Qloballaşma və Beynəlxalq Ticarət: Qlobal qarşılıqlı əlaqənin artması bizneslər üçün həm imkanlar, həm də problemlər yaradır. Qlobal bazarlar geniş müştəri bazası, resurslara çıxış və outsorsing və ya qlobal təchizat zəncirləri vasitəsilə potensial xərc üstünlükləri təklif edir. Bununla belə, şirkətlər beynəlxalq oyunçuların intensivləşən rəqabəti ilə də mübarizə aparmalıdırlar.

10. Müştəri Məmnuniyyəti və Təcrübə: Müstəsna müştəri məmnuniyyəti və təcrübənin təmin edilməsi rəqabət qabiliyyəti üçün çox vacibdir. Müştəri ehtiyaclarını prioritetləşdirən, fərdiləşdirilmiş həllər təklif edən və satışdan sonra əla dəstək göstərən bizneslərin müştərilərini saxlamaq və rəqabət üstünlüyü əldə etmək ehtimalı daha yüksəkdir [4].

YEKUN NƏTİCƏ

Biznesmenlər, xüsusilə kiçik və orta sahibkarlar davamlı rəqabət qabiliyyətinə nail olmağa töhfə verən strateji fəaliyyətlərdən istifadə etməlidirlər, çünki bu, iqtisadi artıma, rəqabət mədəniyyətinin gücləndirilməsinə və təşkilati nəticələrin təkmilləşdirilməsinə, beləliklə də, idarəetmənin effektivliyinə nail olunmasına kömək edir.

Aparılan sorğular müəyyən etmişdir ki, müəssisələrin, özəlliklə KOM - ların 59%-i davamlı rəqabətqabiliyyətlilik strategiyalarını həyata keçirmir, çünki onların strateji planlaşdırma prosesi empirik şəkildə aparılır; onların məhsuldarlığı artırmaq və uzunmüddətli nəticələr əldə etmək üçün fəaliyyətləri müəyyən etmələri vacibdir, bunun üçün menecerlərin idarəetmə, əməyin təşkili, istehsalın təşkili, marketing, texnologiya və biznesin idarə edilməsi sahəsində biliklərini gücləndirmələri vacibdir.

Biznesin inkişafı bir neçə faktorla bağlıdır, məsələn: iqtisadi vahid əsasında böyümə, digər vahidlər yaradaraq böyümə; iqtisadiyyatın, səmərəliliyin, effektivliyin, məhsuldarlığın və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi. Həmçinin daha yaxşı səviyyələrdə likvidlik, idarəetmə, ödəmə qabiliyyəti və gəlirlilik əldə etməklə.

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı hər bir ölkənin iqtisadi və sosial inkişafı üçün prioritet məsələdir. Əgər onlar bu mühitdə qalmaq və böyümək istəyirlərsə, biznesin inkişafı məqsədlərinə çatmağa imkan verən dinamik strategiyalar təklif etməlidirlər; deməli, biznes ehtiyaclarına və ətraf mühit şəraitinə uyğun olaraq strateji planlaşdırma prosesinin həyata keçirilməsinin əhəmiyyəti böyükdür.



Biznes uğurunda insan amilini vurğulamaq vacibdir, çünki insanlar müxtəlif sahələrdə rəqabətqabiliyyətlilik və məhsuldarlıq vasitəsilə hədəflərə çatmaq üçün şirkətin bütün sahələrinin idarə edilməsinə cavabdehirlər. Bir çox kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin mühasibat uçotu yoxdur və dünya sisteminin hazırkı qloballaşdığı mühitdə onlar iqtisadi və texnoloji dəyişikliklərin sürətləndiyi şəraitdə qərar qəbul edə bilmirlər. Hazırda təşkilatlarda mühasibat uçotu informasiya sistemləri mühüm rol oynayır.

KOS-lar böyük şirkətlərin təkamülü üçün başlanğıc nöqtədir; lakin onların heç də hamısı bu mərhələyə çata bilmir, çünki onlar biznesin davamlılığına nail olurlar; buna görə də onları uzun müddət biznesdə saxlamaq üçün davamlı strateji tədbirlər həyata keçirilməlidir. Nəzərə almaq lazımdır ki, inzibati, iqtisadi-maliyyə, vergi və hüquqi idarəetmənin təkmilləşdirilməsi üçün çoxlu alət və üsullar mövcuddur.

KOS-ların əhəmiyyəti təkcə onların yenidən bölüşdürülmə potensialı və məşğulluq yaratmaq qabiliyyəti ilə deyil, həm də onların rəqabət qabiliyyəti ilə bağlıdır, çünki onlar fəaliyyət göstərdikləri yerlərin ayrılmaz inkişafına töhfə verirlər.

ƏDƏBİYYAT

1. Cabrera, A., & Lopez, P. Business competitiveness: a conceptual framework for its study. Research papers. Business Administration, – 2011.
2. Rosales, B.F.J., Linda, C.A., & Toro, W.J. Accounting system in the administrative management of MSMEs in the Province of St. Helena Province, – 2017.
3. <https://www.redalyc.org/journal/5732/573270855001/html/>
4. <https://www.indeed.com/hire/c/info/competitivenessdefinition#:~:text=10,What%20is%20competitiveness%20in%20business%3F,customers%20with%20the%20optimal%20experience>
5. <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/businessstudies/strategicanalysis/competitiveenvironment/#:~:text=It%20involves%20five%20elements%3A%20competitive,suppliers%2C%20and%20threat%20of%20substitutes.>
6. <https://www.investopedia.com/ask/answers/042115/what-factors-influence-competitionmicroeconomics.asp#:~:text=From%20a%20microeconomics%20perspective%2C%20five,as%20there%20is%20no%20competition.>
7. Korhan, K. Rekabet üstünlüğünün etkileyen unsurların yapısal eşitlik modeli ile belirlenmesi / K.Korhan. İSO 500 büyük sanayi işletmesi örneği, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, – 2009, – s. 165-187.
8. Nick Godfrey. “Why is Competition Important for Growth and Poverty Reduction”, Global form on international investment, – 2008.
9. Porter, M.E The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review, – 1990. – p. 73-93.

STUDY OF COMPETITIVENESS IN BUSINESSES AND FACTORS AFFECTING IT

H.F. Davudov

There are various factors that significantly affect the competition in the business, the successful future of the company and its position in the market. In particular, it is worth noting that the impact of these factors may vary depending on the specific industry, market segment and individual development. In addition, external factors such as economic conditions, social stability and socio-cultural trends can also affect competitiveness. Competition has been an integral part of most types



of business for centuries. One of the main goals of the companies should be to maintain the balance of competitiveness in order to "stay afloat". Any business that can't keep up with its strategies competitors and lags behind is doomed to decline. And the most important way to maintain the balance of competitiveness is to deeply study the factors affecting competitiveness and to have a serious amount of valuable information about it. The author Davudov Huseyn son's of Fuad conclusion based on the scientific work prepared is that competitiveness is something that most business areas must hold in their hands, without this factor, they are doomed to decline in a short time. The scientific novelty of the article is the classification of competitiveness from different points of view and the consideration of the topic of competition on different scales based on the pyramid of competitiveness developed by the author.

Keywords: *Competition in business, competitiveness, competition pyramid, competing approaches, competition theory.*

ИЗУЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА И ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА НЕЕ

Г.Ф. Давудов

Существуют различные факторы, которые существенно влияют на конкуренцию в бизнесе, успешное будущее компании и ее положение на рынке. В частности, стоит отметить, что влияние этих факторов может варьироваться в зависимости от конкретной отрасли, сегмента рынка и индивидуального развития. Кроме того, на конкурентоспособность могут влиять и внешние факторы, такие как экономические условия, социальная стабильность и социокультурные тенденции. Конкуренция была неотъемлемой частью большинства видов бизнеса на протяжении веков. Одной из основных целей компаний должно стать сохранение баланса конкурентоспособности, чтобы «оставаться на плаву». Любой бизнес, который не успевает за стратегиями конкурентов и отстает, обречен на упадок. И самый важный способ сохранить баланс конкурентоспособности—глубоко изучить факторы, влияющие на конкурентоспособность, и иметь о ней серьезный объем ценной информации. Вывод автора Давудова Гусейна сына Фуада, основанный на подготовленной научной работе, заключается в том, что конкурентоспособность – это то, что большинство сфер бизнеса должны держать в своих руках, без этого фактора они обречены на упадок в короткие сроки. Научная новизна статьи заключается в классификации конкурентоспособности с разных точек зрения и рассмотрении темы конкуренции в разных масштабах на основе разработанной автором пирамиды конкурентоспособности.

Ключевые слова: *Конкуренция в бизнесе, конкурентоспособность, пирамида конкуренции, конкурирующие подходы, теория конкуренции.*