

QIYMƏT RƏQABƏTİNİN EMAL SƏNAYESİNİN İNKİŞAFINDA ROLU**Xülasə**

Məqalədə məhsulun rəqabətliliyinin idarə edilməsinin nəzəri əsasları verilmiş, ona təsir edən əsas amillər və prinsiplər göstərilmiş, həmçinin qiymət rəqabətinin idarə edilməsinin mahiyyəti göstərilir. Müəllif belə nəticəyə gəlir ki, qiymətin düzgün müəyyən olunması metodunun seçilməsi, elmi əsaslandırılmış qiymət siyasəti, qiymət strategiyasının düzgün müəyyən olunması bazar iqtisadiyyatı şəraitində istənilən müəssisənin fasiləsiz fəaliyyətinin əsas komponentidir.

Açar sözlər: *qiymətəmələgəlmə, qiymət, bazar mexanizmi, rəqabət, satış, istehsal, istehlak, istehsal qiyməti, bazar qiyməti.*

GİRİŞ

Bazar münasibətləri şəraitində iqtisadiyyatın dinamik inkişafına təsir edən başlıca amillərdən biri məhsul (iş və xidmət) vahidinə qiymətin müəyyən edilməsi və tənzimlənməsidir. Qiymət iqtisadi kateqoriya olub, məhsulun istehsal və tələbat (tələb və təklif) arasında iqtisadi münasibətləri göstərir. Qiymət iqtisadiyyatın “əsəbi” olub, bazar mexanizminin əsas həlqəsidir. Qiymət iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmasa, ayrı-ayrı təsərrüfat subyektlərin, sahələrin fəaliyyətini, bütünlüklə cəmiyyətdə sosial ədalətin təmin olunması mümkün deyil. Bazar iqtisadiyyatı sərbəst, iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış əmtəə istehsalçıların fəaliyyəti ilə bağlıdır. Bu da onlara düzgün qiymət siyasəti, qiymətlərin formalaşmasında strategiya və taktikanın dəqiqliyi, qiymətqoymanın düzgün metodunun seçilməsini zəruri edir. Çünki, qiymətdə cəmiyyətin inkişafının əsas siyasi, iqtisadi və sosial problemləri cəmləşir. Məhz buna görə də bazar münasibətlərinin formalaşmasında yeni qiymət mexanizmi və onun dövlət tənzimlənməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qiymətlərin dövlət tənzimlənməsi hökumət tərəfindən qiymətlərin səviyyə və nisbətlərinin ölçülməsinə, yaxud stabilləşdirilməsinə yönəldilmiş müxtəlif hüquqlardan və imkanlardan istifadə edilməsinə əsaslanır. Ümumiyyətlə, qiymət sistemi ən vacib amillərdən biri olub bütövlükdə iqtisadi mexanizmin formalaşmasında və fəaliyyətində xüsusi rol oynayır. Qiymət vasitəsilə istehlakçı ilə istehsalçı, müəssisələrlə

dövlət, dövlətlə əhali, müəssisələrlə icarədarlar, müəssisə ilə müəssisə arasındakı iqtisadi münasibətlər formalaşır və inkişaf edir. Qiymət istehsalın öz nəticələrini də qiymətləndirməyin meyarıdır. Ona görə də qiymət sisteminin düzgün qurulması, onun səviyyəsinin elmi əsaslar üzrə müəyyənləşdirməsi son dərəcə vacib bir məsələdir və bu həmişə iqtisadi siyasətin mərkəzində durmalıdır. Qiymət elmi əsaslar üzrə müəyyən edilməli və əmtəə dəyərinin pulla ifadəsi kimi sərf olunan ictimai-zəruri əməyin kütləsinə uyğun gəlməlidir. Qiymətin əsasında məhz ictimai-zəruri əmək dayanmalıdır. İctimai-zəruri əməyin kütləsinə uyğun olaraq əmtəələrə qiymət qoyulmalı və o, subyektiv amillərdən kənar olmalıdır. Qiymətqoymanın nəzəri əsasını təşkil edən dəyər qanunu bunu tələb edir və onun obyektiv tələbinə əməl olunmalıdır. Əks halda, bu qanunun tələbindən kənarlaşma neqativ hallara gətirib çıxara bilər.

Bazar iqtisadiyyatı qiymətin formalaşmasının iki istiqamətinin – “qiymətqoyma” və “qiymətlərin əmələgəlməsi” anlayışlarının fərqləndirilməsini zəruri edir. Qiymətqoyma – istehlak bazarında məhsulun keyfiyyətindən, əhalinin sosial müdafiəsi, dövlətin iqtisadi mənafeyindən irəli gələn, istehsalçılar və istehlakçılar üçün əlverişli prinsiplər əsasında qiymətlərin formalaşmasıdır.

Bazar münasibətləri şəraitində əsasən “qiymətin əmələgəlməsi” anlayışına daha çox üstünlük verilir. Bu da qiymətqoyma prosesinin həyata keçirilməsində inzibati amillərin rolu-



nun yüksək olması ilə əlaqədardır. İqtisadi idarəetmə metodlarına keçidlə bağlı “qiymətin əmələ gəlməsi” prosesi daha üstün mövqeyə malik olmalıdır. Həmin üstünlük “qiymətin əmələgəlməsi”nin mahiyyətində də öz əksini tapır: qiymətlərin əmələgəlməsi konkret əmtələrə metodiki baxımdan qiymətlərin müəyyən edilməsi (hesablanması) prosesidir. Bu proses bilavasitə bazar iqtisadiyyatı ilə əlaqədar olduğundan onun özünəməxsus nəzəri əsasları vardır. Dəyər qanunu, tələb-təklif qanunu və pul tədavülü qanunu bir-biri ilə qarşılıqlı fəaliyyətdə və asılılıqda qiymətlərin əmələgəlməsinin nəzəri əsaslarını təşkil edirlər. Göstərilən iqtisadi qanunların qarşılıqlı fəaliyyəti və asılılıqları ondan ibarətdir ki, dəyər qanunu əmtəə istehsalına sərf olunan ictimai-zəruri xərcləri əks etdirdiyi halda, tələb-təklif qanunu qiymətlərin həmin xərclərdən kənarlaşması hədlərini müəyyən edir. Pul tədavülü qanunu isə iqtisadi ədəbiyyatda tədavül üçün zəruri olan pul kütləsinin miqdarını tənzimləyən qanun kimi məlumdur.

Emal sənayesində məhsul istehsalı və satışında qiymətin rolu

Masir şəraitdə emal sənayesində istehsal olunan məhsulların qiymətləri əsasən daxili bazarın təlabatına uyğun formalaşır. Respublikamızda bu sahədə fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrdə istehsalın fasiləsiz fəaliyyətini təmin etmək, əsasən daxili bazarda rəqabətə davam gətirmək üçün ilk növbədə istehsal olunan məhsulun qiyməti mühüm rol oynayır. İstehsal olunan məhsulun bazarda rəqabətə davam gətirməsi onun rəqabət qabiliyyətindən asılıdır. Rəqabətlik – bir qayda olaraq qiymət və qeyri-qiymət kriteriyaları ilə müəyyən olunur. Rəqabət sadə kriteriyalarla, ayrı-ayrı istehsal amillərinin (məsrəflərin) qiymət və dəyərini (əmək haqqı və s.) əks etdirməklə və ya iqtisadi səmərəliliyin göstəriciləri-mənfəətlilik, bazar payı, məhsuldarlıq, həmçinin mürəkkəb makroiqtisadi indikatorlar kimi iqtisadi, institutsional və struktur amilləri ilə qiymətləndirilə bilər. İnkişaf etmiş bazar qiymət şərtlərini eyniləşdirməklə, daha çox qeyri-qiymət amillərinin təsirinin artmasına üstünlük verir. Baxmayaraq ki, beynəlxalq

əmək bölgüsü praktikasında, xüsusi ilə inkişaf etmiş ölkələr arasında bugündə qiymət amili həlledici rol oynayır. Rəqabətliklik məhsulu bazarda hansı qiymətə satmağı və bununla bazarda hansı paya malik olması ilə müəyyən olunur. Baxmayaraq ki, məhsulun faktiki qiyməti istehsal prosesində formalaşır və əsasən məsrəflərə görə müəyyən edilir. Bazar münasibətləri şəraitində istehsal olunan məhsula qiymətin formalaşmasının əsas şərtləri aşağıdakılardır:

➤ **Məhsulun bazarda rəqibə nisbətən daha ucuz qiymətə satılmasının təklif olunması.** Bu, əsasən istehsal olunan məhsula məsrəflərin azaldılması ilə həyata keçirilə bilər. Məhsul istehsalına məsrəflərin azaldılmasının əsası ilk növbədə müəssisədə istifadə olunan texnologiyaların müasirliyindən irəli gəlir. İstifadə olunan texnologiyanın müasir tələblərə cavab verməsi ilk növbədə vahid vaxt ərzində istehsal həcmi artırır, ehtiyatlardan istifadə zamanı məsrəflərin azaldılmasını təmin edir və vahid məhsula istehsal məsrəfləri azalır. Müəssisələrdə əsas fondların aktiv hissəsinin vaxtında yenilənməsi, onların mənəvi cəhətdən köhnəlməsinin qarşısını alır ki, buda öz növbəsində qiymət rəqabətinin üstünlüyünü təmin edir. İstehsal olunan məhsulun ucuzlaşmasına imkan yaradır. İstehsalın kompleks müxanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması iş yerlərinin azalmasına, işçilərin peşə hazırlığının, əmək haqqının artmasını stimullaşdırır ki, buda məhsul istehsalına məsrəflərin azalmasını təmin edir. Məsələn 5 işçi əvəzinə 3 işçi çalışır. Texnologiyaların son nəəliyyətlərinin istehsala tətbiqi, emal sənayesində məsrəflərin azaldılmasına imkan yaradır. Belə ki, yüngül sənaye məhsulları istehsalı prosesində malların (corab məmulatları, üst trikotaj malları, idman malları, qadın və kişi paltarları və s.) toxunması, hörülməsi, ütülənməsi, biçilməsi, boyanması və qablaşdırılması prosesində istifadə olunan texnika - texnologiyaların, texnoloji avadanlıqların tətbiqi istehsal məsrəflərinin azalmasının başlıca şərtidir.

➤ Loqistikanın düzgün təşkil olunması. Məhsul satışında loqistikanın düzgün təşkili məhsulun qiymətinin aşağı düşməsinə imkan

verir. Beləki, əhalinin tələbatının öyrənilməsi, əhalinin yaş qrupuna görə məhsul istehsalı və bazarlarda satışının təşkili, məhsulun rənginin, ölçüsünün, formasının, modelin müasirliyi və s. bu kimi məsələlərin həlli loqistikanın düzgün təşkil olunmasından asılıdır. Bu, məhsulun maya dəyərinin aşağı düşməsinə və onun daha tez reallaşmasına imkan yaradar. Bütün bu məsələlər müəssisələrin təchizatında və məhsul satışında mühüm rol oynadığından məsrəflərin kifayət qədər azalmasına səbəb olur və bu da qiymət rəqabətinin üstünlüyünə imkan verir.

➤ **Qiymət rəqabətində alıcının istəyinin** nəzərə alması. Qeyd etdiyimiz kimi, istehsal olunan məhsul məhz alıcının tələbatına uyğun olmalıdır, yəni alıcı məhsul istehsalına çekilən məsrəflərlə (məhsulun tərkibi, rənginin zövqə uyğunluğu, davamlılığı, modelinin müasirliyi və məhsulun istismar (faydalı istismar müddəti) müddəti ilə bağlı məsrəfləri ilə maraqlanır. Burada məqsəd məhsula qiymətin formalaşmasından gedir, hansı ki məhsulun satış qiymətində məhsul istehsalına və satılması ilə bağlı bütün çekilən məsrəfləri özündə əks etdirməsi alıcı üçün maraqlıdır. Belə müəyyən olunan qiymət, məhsulun faktiki qiymətini göstərir. Məhsulun istehsal qiyməti (faktiki qiymət) – məhsul istehsalına və reallaşmasına çekilən faktiki məsrəfləri və istehsalçının mənfəətini əks etdirir. Məhsulun bazar qiyməti dəyişkəndir. Bazarda eynicinsli məhsulun tələb və təklifindən asılı olaraq formalaşır, ancaq heç vaxt məhsulun istehsal qiymətindən aşağı olmur (dempinq- istisna olmaqla). Qiymət rəqabətinə aşağıdakı növləri vardır:

✓ **birbaşa qiymət rəqabəti.** Burada qiymətin azaldılması (artması) haqqında qabaqcadan xəbərdarlıq edilir;

✓ **gizli qiymət rəqabəti.** Bazara istehlak tələbatını daha yaxşı ödəyən yeni məhsul çıxarılır, o vaxt qiymət nisbətən (bir az) qaldırılır.

Hal – hazırda respublikamızda sənaye sahələrində bu məsələlərin həlli istiqamətində kifayət qədər problemlər vardır. Azərbaycan iqtisadiyyatında əhəmiyyət kəsb edən yüngül sənaye sahəsi emal sənayesinin mühüm bir sahəsi olmaqla, yerli resurslar baxımından olduqca təminatlı və inkişafı zəruri olan bir

sahədir. Bu gün yüngül sənaye məhsullarının istehsalı demək olar ki, yox səviyyəsindədir. Əhali sayının kifayət qədər olduğu bir ölkədə geyim mallarına olan tələbat əsasən idxal hesabına ödənilir. Bəs bunun səbəbi nədir? Daxili istehsalın inkişaf səviyyəsi nə üçün belədir? İstehsalın inkişafını əngəlləyən məsələlərin öyrənilməsi, yüngül sənaye sahələrinin inkişafına səbəb olar və bu da ölkəmizdə qeyri- neft sektorunun inkişafında mühüm rol oynayır. İqtisadiyyatın neft gəlirlərindən asılılığının azaldılması (təqribən 90-95%), qeyri – neft sektorunun inkişafı qarşından duran mühüm məsələ olaraq qalır.

Azərbaycanda son illərdə kreditləşmə səviyyəsinin artmasına baxmayaraq, real sektorda kreditləşmə faizi aşağı səviyyədədir. Bu da onunla izah olunur ki, sahibkarlar real sektora kapital yatırmağa ehtiyatlanırlar və ya istehsal prosesində səriştəsizlik onları qorxudur. Məhz buna görə də ən çox sadə ticarət, yəni xaricdən ucuz alıb, daxildə baha satmaq istiqamətini tutmuşlar. Yoxsa vaxtı ilə fəaliyyət göstərmiş böyük yüngül sənaye müəssisələri, o cümlədən Bakı komvol kombinatı, Bakı ayaqqabı hissələri fabriki, Sumqayıt xovlu ipliklər fabriki, Sumqayıt üst trikotaj fabriki- inter tekstil və s. belə bərbad vəziyyətə qalmazdılar. Belə müəssisələrin bir çoxu ən yaxşı halda pambıq 1/30- 1/34 № li ipliklər istehsalı və satışı ilə məşğuldurlar. Bu ipliklər də əsasən yaxın qonşu ölkələrə (Türkiyə, Rusiya, İran və s.) ixrac olunur. Hazırda istehsal olunan bu ipliklər həm daxili, həm də xarici bazara xam şəkildə göndərilir.

Azərbaycanda bu ipliklərin emal və boyama texnologiyası yoxdur. Daxili bazarda əsasən xam bez istehsalında, qisməndə corab istehsalında istifadə olunur. Bu, istehsal olunan məhsulun keyfiyyətinə və qiymətinə birbaşa təsir edir. Deməli, burada kadr çatışmazlığı, istehsal prosesini bilən təcrübəli kadrların olmaması, istehsal olunan məhsulların rəqabətə davamsızlığı və s. səbəblərin öyrənilməsi məsələsi gündəmə gəlir.

Bildiyimiz kimi davamlı iqtisadi inkişafa nail olmaq hər bir ölkə iqtisadiyyatının qarşısında duran başlıca vəzifədir. İqtisadiyyatın inkişaf tempinin müəyyən edilməsi, onun mik-



ro və makro səviyyədə göstəricilərinin təhlil edilib öyrənilməsinə tələb edir. İqtisadi əlaqələrin və qanunauyğunluqların makro səviyyədə öyrənilməsi, ilk növbədə onlara ümumi formada baxmağı tələb edir. İqtisadiyyatın makro səviyyədə öyrənilməsi, onun davamlı inkişafına, rəqabətlik qabiliyyətinin yüksəldilməsinə imkan verir və aşağıdakı mühüm şərtləri özündə ifadə edir:

1. **rəqabətlik** sadəcə, makroiqtisadi hadisə və prosesləri özündə əks etdirmir, onlar arasındakı qanunauyğunluqları və asılılıqları aşkar edir, onların iqtisadiyyatla səbəb –nəticə əlaqələrini tədqiq edir,

2. **makroiqtisadi asılılıqların və əlaqələrin öyrənilməsi** iqtisadiyyatdakı vəziyyətin qiymətləndirilməsinə imkan verir, onun yaxşılaşdırılması yollarını və gələcək iqtisadi siyasətin prinsiplərini işləməyə imkan verir,

3. **makroiqtisadiyyatın öyrənilməsi**, gələcəkdə hadisələrin hansı məcrada inkişaf etməsinə proqnozlaşdıraraq gələcək iqtisadi problemləri qabaqcadan göməyə imkan verir.

Rəqabət bazarın təbiətinə daxilən xas olan mühüm bir amil olub, bazar iqtisadiyyatının inkişafının başlıca meyarlarından biridir. **Rəqabət birtərəfdən** istehsalçıların öz aralarında, **ikinci tərəfdən** istehsalçılarla istehlakçılar arasında, **üçüncü tərəfdən** isə istehlakçıların öz aralarında olan mübarizəni əks etdirir. Rəqabətin mövcudluğunu istehsal vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyətin olması formalaşdırır.

Qloballaşan dünya iqtisadiyyatı, rəqabət şərtlərini də dəyişdirir və hər bir ölkənin iqtisadiyyatı qarşısında mühüm vəzifələr qoyur ki, bunlara da əsasən aşağıdakıları aid etmək olar:

➤ *iqtisadiyyatın artım tempinin yüksəldilməsi və əhəlinin günü –gündən artan tələbatının daha dolğun (tam) ödənilməsi;*

➤ *istehsal olunan malların (iş, xidmət) daxili və xarici bazarlarda yaranan tələbatın təmin edilməsində rolunu artırmağa nail olmaq.(Rəqabətliliyin qiymət amili baxımından);*

➤ *istehsal ehtiyatlarından istifadənin səmərəliliyinə nail olmaq.(mütarəqqi texnika-texnologiyaların tətbiqi hesabına);*

➤ *istehsal olunan malların (iş, xidmət) ekoloji, keyfiyyət və müasirlik baxımından (rəqabətliliyin qeyri- qiymət amillərini- isteh-*

lak qabiliyyətinin yüksəldilməsi hesabına) yaranmış tələbatın ödənilməsinə təmin etmək.

Bu kimi vəzifələrin həyata keçirilməsi iqtisadiyyatın dinamik inkişafının təmin edilməsində müstəsna rola malikdir. Qloballaşan dünya iqtisadiyyatı rəqabətlik meyarlarının yüksəlməsinə təkan vermiş, rəqabətlik baxımından bazarlarda payların bölüşdürülməsi mexanizminin həyata keçirilməsi zərurətini yaratmışdır. Daha rəqabət qabiliyyətli məhsul, daha çox payla bazarda üstünlük əldə edir.

Belə bir şəraitdə sahələrin rəqabətliliyinin artırılmasına, bilavasitə həmin sahələrdə istehsal olunan məhsulların rəqabətliliyinin yüksəldilməsi ilə nail olmaq mümkündür. Rəqabət qabiliyyətli məhsulların çoxalması bazar payını artırır və bu da istehsal həcmının yüksəldilməsinə, sahələrin fasiləsiz fəaliyyətinin təmin olunmasına zəmin yaradır. Sahələrin belə davamlı inkişafı isə, ölkədə makroiqtisadi mühitin yaxşılaşmasına, bazarın həcmının artması ilə ölkə iqtisadiyyatının rəqabətliliyinin yüksəlməsində mühüm rol oynayır. Sahələrin rəqabət qabiliyyətinin onların istehsal etdikləri məhsulların (iş və xidmətlərin) rəqabətliliyindən asılığını nəzərə alaraq, respublikamızın emal sənayesində geyim malları istehsalı ilə məşğul olan sahələrinin fəaliyyətinə nəzər salaq. Bildiyimiz kimi, müəssisələrin davamlı və fasiləsiz fəaliyyəti ilk növbədə onun mənfəətlə işləməsindən asılıdır. Mənfəət həm məhsulun maya dəyəri, həm də onun satdığı məhsulun qiyməti ilə əlaqədardır. Belə halda məhsulun rentabelliği mənfəətin sərbəst və ya tənzimlənən qiymətlərlə satılmış dəyərinə, daha doğrusu satışdan mədaxilin qiymətinə nisbəti kimi müəyyən edilir. Deməli, müəssisənin səmərəli fəaliyyəti həm də istehsal olunan məhsulun qiyməti ilə sıx bağlıdır.

Azərbaycanda yüngül sənaye mallarının istehsalında yaranan problemlər əsasən qiymət rəqabəti ilə bağlıdır. Yüngül sənaye malları istehsalını aşağıdakı qruplara bölərək qiymət amilinin təsirini daha aydın görmək olar:

1. Uşaq geyimləri (0-10 yaşa qədər). 100% -İdxal olunur (Türkiyə, Çin və s.) qiymətlər olduqca bahadır.

2. Kişi və qadın geyimləri.90% idxal olunur (əsasən Türkiyə,Çin , İran və s.)

3. Corab və s. trikotaj məmulatları (uşaqlar və böyüklər üçün.70% idxal olunur).

4. Xüsusi geyimlər.(30% İdxal olunur).

Bu gün ölkəmizdə qeyd etdiyimiz qruplar üzrə məhsul istehsalının olmamasını və ya çox aşağı səviyyədə istehsal olması səbəblərinin qiymət amili ilə əlaqəsini aydınlaşdırmağa çalışaq. Bildiyimiz kimi məhsulun bazara daxil olması ilk növbədə onun rəqabətliyi ilə bağlıdır. Məhsulun rəqabətliklik amillərinə nəzər salsaq (vaxt amili, keyfiyyət amili, istehsal həcmi amili, məhsulun yenilik amili, informasiya alınma amili, qiymət amili, bazar amili, satış amili və s.) burada bizi ən çox maraqlandıran qiymət amili, bazar amili və məhsulun satış amilidir.

Qiymət amili -material axının hərəkətinə, məhsul kütləsinin bölgüsünə, həyat səviyyəsinə həlledici təsir göstərməklə, istehsalın strukturunu müəyyən edir. Düzgün müəyyən edilmiş qiymət, ağıllı qiymət taktikası, əsaslandırılmış qiymət strategiyası istənilən müəssisənin səmərəli fəaliyyətinin əsasıdır. Beləliklə, qiymət – bazar konyunkturasının mühüm göstəricisi olaraq, tələb və təklifə təsir göstərən iqtisadi alətdir. Qiymət istehsalın səmərəliliyinin idarə olunmasına və gəlirlərin əldə edilməsinə təsir edən xüsusi amillərdən biridir.

Bazar amili – istehsal olunan məhsulun satışı üçün istehsalçı ilə istehlakçının görüşdüğü yer. Bazar amili aşağıdakı kriteriyalarla xarakterizə olunur; bazarın növü, həcmi, stabilliyi, perspektivliyi, bazarın hazırlığı və əlverişliliyi.Bütün bu kriteriyalar məhsulun hansı bazarda reallaşmasından asılı olaraq onun rəqabətliyiinin qiymətdən nə qədər asılı olduğunu göstərir.Məhsulun bazar qiyməti bazarda tələb və təklifin təsiri nəticəsində formalaşdırır.

Satış amili – istehsal olunmuş məhsulun yeniliyi (yeni çeşidləri), modası, konstruksiyası istehsalda tətbiq olunan texnologiyalardan asılı olmayaraq onun satılmasını tam təmin etmir.

Bunun üçün ilk növbədə məhsul satışının təşkili, onun reklam olunması, vaxtında çatdırılması və s. satışın həyata keçirilməsi ilə bağlı amillər müstəsna rol oynayır. Satışın səmərəli təşkili vəsənaye müəssisələrində məhsula qiymətdəymanın aşağıdakı metodlarından istifadə daha yaxşı nəticə verə bilər.

1. Məhsulun bazar qiyməti.(tələb və təklif əsasında);

2. Məhsulun istehsal (faktiki) qiyməti (məsrəflər üzrə);

3. Məhsulun iqtisadi (normativ) qiyməti(dövlət tərəfindən).

Qiymət istənilən müəssisənin maliyyə-təşərrüfat fəaliyyətinin davamlı inkişafına imkan verir, onun rentabelliğini, mənfəətliğini, maliyyə sabitliyini təmin edir və rəqabət mübarizəsində onun əsas silahıdır. Müasir iqtisadi şəraitdə qiymət əmələgəlməsi, onun düzgün müəyyən olunması müəssisənin uğur qazanmasında başlıca vasitədir. Bazar iqtisadiyyatında hər hansı məhsul istehsalı edən və birbaşa bazara işləyən sərbəst müəssisələr mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, fasiləsiz fəaliyyət göstərməsi və uğur qazanması qiymət məsələsindən asılıdır. Qiymətin düzgün müəyyən olunması metodunun seçilməsi, ağıllı qiymət siyasəti, qiymət strategiyasının düzgün müəyyən olunması bazar iqtisadiyyatı şəraitində istənilən müəssisənin fasiləsiz fəaliyyətinin əsas komponentidir.

ƏDƏBİYYATSIYAHISI

1.Есипов В.Е. «Цены и ценообразование». Учебник для вузов.Питер-2008г.

2. Лифиц.И. М. «Теория и практика конкурентоспособности товаров и услуг». М.Юрай здат.»2009г.

3. ПортерМ.Е.«Конкуренция».Учеб.Пособия. Издател.дом»Вильямс»-2010г.

4.Рыбченко.С.А.,Евстигнева Е.В.с «Методы стимулирования сбыта».Ульяновск.2007г.

5. [http /www znaytovar.ru/s/Factory Konkurentosposobnosti html](http://www.znaytovar.ru/s/FactoryKonkurentosposobnosti.html).



Ибрагимов Ш.М., ст. н. с
Институт Экономики НАНА

Роль ценовой конкурентоспособности в развитии обрабатывающей промышленности

Резюме

В статье анализированы теоретические основы управления конкурентоспособности продукции, а также основные факторы и принципы ценообразования. Автор приходит к такому заключению, что правильный выбор определения цен, а также научно обоснованная ценовая политика являются основными компонентами устойчивой деятельности любого предприятия.

Ключевые слова: ценообразования, обрабатывающая промышленность, конкурентоспособность,

Ibrahimov Sh. M.
Institute of Economics of the ANAS

The role of price competitiveness in development of processing industry

Abstract

The article investigates theoretical base of competitiveness issues of goods and some role of price to increase it, as well as essential factors and principles of pricing. The author concludes that correct choosing of pricing and scientific based pricing policy are essential components for sustainable development of any processing industry.

Key words: pricing, processing industry, competitiveness.

Daxil olub: 23.06.2015

Rəy verib: i.f.d. Əliyev R.M.