



AZƏRBAYCAN TİBB UNIVERSİTETİ  
ƏCZAÇILIQ TEXNOLOGİYASI VƏ İDARƏÇİLİYİ  
Kafedrası



**Bazarların təsnifatı və növləri.  
Bazar münasibətləri və rəqabət.  
Əczaçılıq bazarının  
xüsusiyyətləri.**

**Dos. Cəlilova K.İ.**

# Mühazirənin planı

- *Bazar, bazarın yaranma səbəbləri*
- *Bazar fəaliyyətini təmin edən şərtlər*
- *Bazar iqtisadiyyatının əsas prinsipləri*
- *Bazarın funksiyaları*
- *Bazarların təsnifatı*
- *Bazarın əsas iqtisadi subyektləri*
- *Rəqabət. Rəqabətin öyrənilməsində yanaşmalar*
- *Rəqabətin funksiyaları və növləri*
- *Rəqabətə görə bazarların təsnifatı*
- *Müəssisənin rəqabətliyini müəyyənləşdirən amillər*
- *Əczaçılıq bazarının əsas fərqləndirici xüsusiyyətləri*

# Bazar

- Bazar - insanlar arasında **iqtisadi münasibətlər sistemi** olaraq istehsal, bölüşdürmə, mübadilə və istehlak proseslərini əhatə edir. Əmlakın müxtəlif formaları, mal-pul münasibətləri və maliyyə-kredit sistemindən istifadə etməklə iqtisadiyyatın fəaliyyətinin kompleks mexanizmi kimi çıxış edir.
- Bazar iqtisadi kateqoriya kimi, bazar subyektlərinin maraqlarını əks etdirən və əmək məhsullarının mübadiləsini təmin edən əmtəə və pulların hərəkəti ilə əlaqədar alıcı və satıcılar, həmçinin ticarət vasitəçiləri arasında konkret iqtisadi münasibətlərin məcmusudur.

# Bazarın yaranma səbəbləri

A.Smit  
(1723-  
1790)

Resursların  
məhdudluğu

Əmək bölgüsü

Əmək nəticələrin  
mübadiləsi

A.Smitin “Xalqlar sərvətinin təbiəti və səbəbləri haqqında” (1776) əsərində özünün **iqtisadi sistemini** yaratmışdır.. Onun məşhur **“görünməz əl”** (tələb təklif, rəqabət mənasında) bazar idarə edilməlidir fikri iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsində inzibati yox iqtisadi metodların önəmli olmasını nəzərdə tuturdu. O, qeyd edirdi ki, dövlətin işi bazarın işinə qarışmaq yox, onun normal fəaliyyəti üçün əlverişli şərait yaratmaq, istehsalçıların və bütün ölkə vətəndaşlarının azad, sərbəst fəaliyyətini qorumaqdır.

# Bazar fəaliyyətini təmin edən şərtlər

Müxtəlif mülkiyyət formalarının mövcudluğu

Sahibkarlıq fəaliyyətinin mümkünlüyü

Bazar iqtisadiyyatının bütün subyektlərinə bazar da eyni imkanlarının yaradılması

Sərbəst qiymətyaranma

# «Bazar» kompleks kateqoriya olub, özündə bir neçə anlayışları

**birləşdirir:**

Bazar –  
mal və  
xidmətlərin  
ticarət yeridir

Bazar – natural  
mübadilə  
məkanıdır  
(əmtəə - əmtəə,  
pul - əmtəə)

Bazar –  
ticarət prosesinin,  
alqı – satqının  
cəmləşdirilmiş  
(əməliyyatın  
harada  
aparılmasından  
asılı olmayaraq)  
sahəsidir

Bazar –  
alıcılar və  
satıcılar  
arasında iqtisadi  
münasibətlər  
sistemidir

# Bazarın funksiyaları

**Qiymət əmələ  
gətirmə**



Tələb və təklif qanununa müvafiq olaraq qiymət bazarda təyin olunur.

**İnformasiya**



Bazarda alıcılar yeni mal və xidmətlərlə tanış olur, onların qiymətini və istehlakçı xüsusiyyətlərini öyrənirlər. Eyni zamanda istehlakçılar məhz bazardan bu və ya digər mala olan tələb haqqında informasiya alırlar.

**İntegrasiya**



Bazarda alıcı və satıcı bir-birini tapır və onlar kompromis əldə edirlər. İstehsalat və istehlak mühiti arasında əlaqə yaradır, mal və xidmətlərin mübadilə prosesini aktivləşdirir

**Tənzimləyici**



Bazar bu və ya digər mallara olan tələbat və onların qiyməti haqqında informasiyalara malikdir. Məhz bu informasiyalar əsasında istehsalçı bu və ya digər malın buraxılışının artırılması və ya ixtisar edilməsi haqqında qərar qəbul edir.

**Təmizləyici  
(sanasiya)**



Bazar "sanitar" rolunu yerinə yetirir. Rəqabətlik qabiliyyəti olmayan müəssisələrdən bazarı azad edir

# Bazar iqtisadiyyatının yaranma səbəbləri və əsas prinsipləri

İqtisadi resursların  
məhdudluğu

Fəaliyyət növlərinin və  
formalarının seçimində  
sərbəstlik

İctimai əmək bölgüsü

Sərbəst qiymətyaranma

Əmək nəticələrinin  
mübadiləsi

Rəqabət



# Bazar iqtisadiyyatının əsas prinsipləri

**Fəaliyyət  
növlərinin və  
formalarının  
seçimində  
sərbəstlik**

Mülkiyyətin sahibləri şəxsi kapitalından maksimum dərəcədə səmərəli istifadə edərək **nə istehsal etməli** və onu **neçəyə satmalı** sualına istehlakçıların sifarişi əsasında bazarda cavab tapır. Beləliklə də, istehsalçı nə lazımdırsa, onu da istehsal edərək, mənfəət götürür.

**Nəyə görə?** Ona görə ki, onlar bilirlər ki, mənfəət əldə etmək, eləcə də çoxlu pul qazanmaq üçün istənilən məhsulu deyil, elə məhsul istehsal etmək lazımdır ki, onun qiyməti münasib olsun və onu alıcı alsın.

Xüsusi mülkiyyətin üstünlüyündən və onun stimullaşdırıcı rolundan klassik iqtisad elminin banisi Adam Smit “Xalqların sərvətinin təbiəti və səbəbləri haqqında tədqiqatlar” adlı elmi əsərində yazmışdır..

# Bazar iqtisadiyyatının əsas prinsipləri

## Sərbəst qiymətyaranma

Bazar qiyməti istehsalçıya minimum xərclə maksimum mənfəət əldə etmək imkanları yaradır. Bazarda qiymətlər adətən alıcı və satıcının qarşılıqlı fəaliyyətinin təsiri altında formalaşdığına görə bazar iqtisadiyyatını bəzən “qiyməti idarəedən” də adlandırırlar.

# Bazar iqtisadiyyatının əsas prinsipləri

## Rəqabət

Əmtəə və xidmətlərin istehsalçıları bir-biriləri ilə rəqabət aparmaqla ən zəruri malları istehsal etməyə cəhd edirlər. Onların hər biri çalışır ki, elə məhsullar istehsal etsin ki, başqasında olmasın və yaxud olsa da onun məhsulunun qiyməti ucuz olsun. Yəni burda başlıca məqsəd alıcını cəlb etmək, onun zövqünü oxşamaqdır.

Bu mübarizədən kim qazanır?

Əlbəttə ki, biz-istehlakçılar!

Rəqabət həm də ona görə faydalıdır ki, istehsalçılar daha səmərəli işləməyə səy göstərir, resurslara qənaət edirlər. Alıcılar da öz aralarında rəqabət aparırlar. Hər bir alıcı daha yaxşı əmtəə və ya xidmət əldə etmək istəyir. Bu mübarizədə də daha yüksək qiymətləri ödəməyə qadir olanlar udurlar.

# Bazarların təsnifatı

İqtisadi  
təyinatı üzrə

- Mal və xidmətlər bazarı
- İstehsal vasitələri bazarı
- Əmək bazarı
- Maliyyə bazarı
- İnformasiya bazarı
- Daşınmaz əmlak bazarı

Subyektlə  
- rinə görə

- alıcı bazarı;
- satıcı bazarı;
- dövlət təşkilatları bazarı;
- aralıq satıcı - vasitəçilər bazarı.

İctimai  
əmək  
bölgüsünə  
görə

- yerli (lokal) bazar;
- region bazarı;
- milli bazar;
- dünya bazarı.

Yetkinlik  
səviyyəsinə  
görə

- İnkişaf etməmiş bazar;
- inkişaf etmiş bazar;
- formalaşan bazar

Qanunvericiliyə  
uyğunluğuna  
görə

- leqal bazar;
- qeyri-leqal («qara» və «boz») bazar

Bazar  
mübadiləsinin  
təşkilinə görə

- topdansatış bazarı;
- pərakəndəsətış bazarı;
- ixrac bazarı;
- idxal bazarı.

# Bazarın əsas iqtisadi subyektləri

**Dövlət**

Dövlət idarəçi aparat olub, həm hüquqi, həm də siyasi hakimiyyətə malikdir

**Firma**

İqtisadi vahid olub, sərbəst qərarlar qəbul edir və maksimum gəlir əldə etməyə can atır

**Ev  
təsərrüfatı**

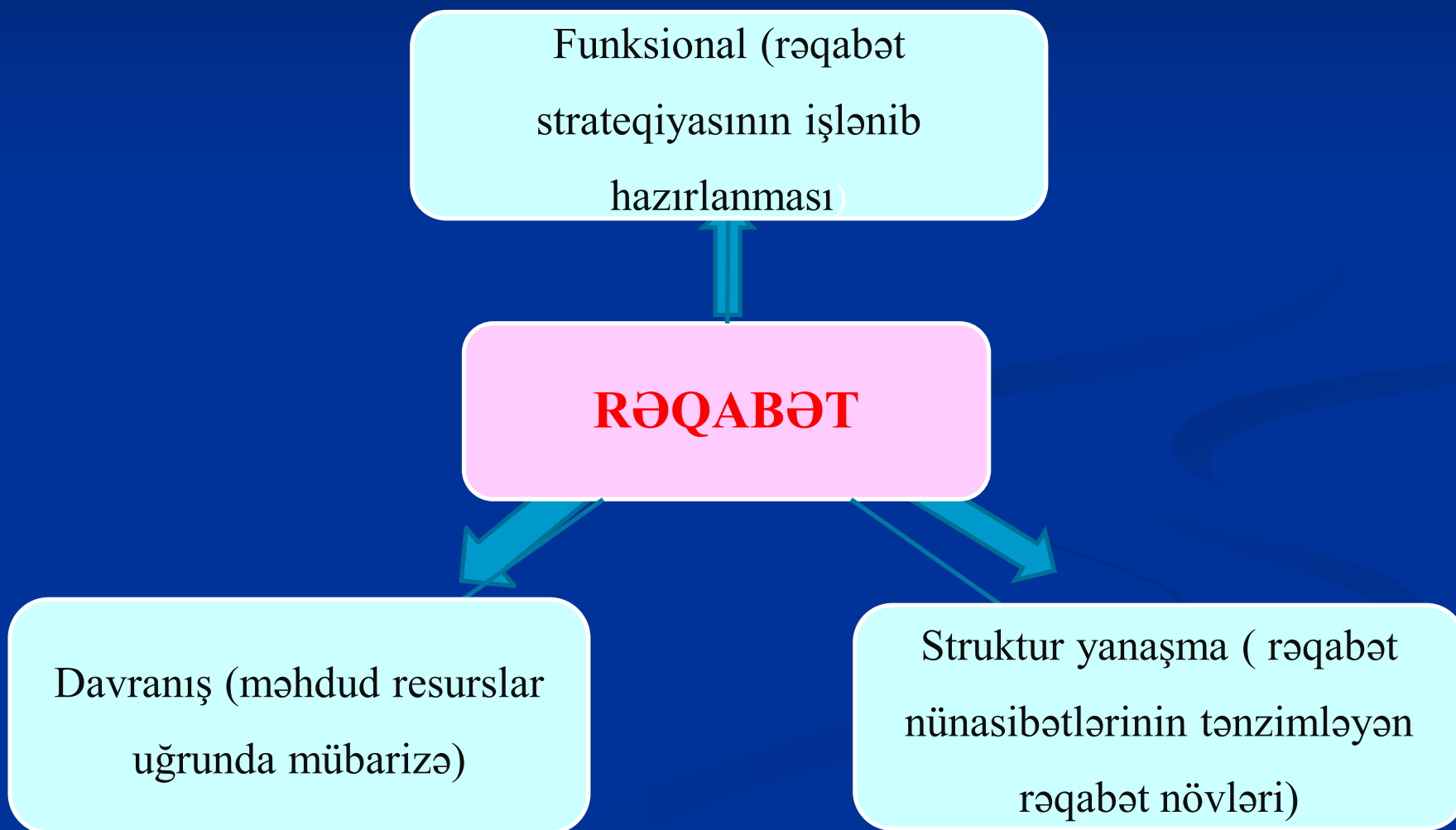
İqtisadi təsərrüfat vahidi olub, onun fəaliyyət forması təsərrüfat – istehlakçı xarakteri daşıyır, vətəndaşların mülkiyyətinə əsaslanır.

# Rəqabət

- Rəqabət – bazar subyektlərinin qarşılıqlı fəaliyyət forması, bazar fəaliyyətinin tənzimlənməsi mexanizmi, metodlar məcmusu və iqtisadi prosesdir.



# Rəqabət. Rəqabətin öyrənilməsində yanaşmalar



# Rəqabət. Bazar strukturu

Rəqabət (lat. – concurentia, concurrere – toqquşçaq) – bazar iştirakçılarının əmtəələrin daha yaxşı istehsal və alqı - satqı şəraiti uğrunda mübarizə

Qiymətə görə rəqabətlik  
(rəqiblərlə müqaisədə  
eyni tipli əmtəələrə qiymətin  
aşağı olması)

Qeyri - qiymətə görə rəqabətlik  
(daha keyfiyyətli əmtəələrin  
təklifi,  
reklam kompaniyaları təşkili)



# Rəqabət amilinin ifadə formaları

- **Rəqabət anlayışı** – ixtisaslaşma sistemlərinə əsaslanan mübarizə.
- **Rəqabət prinsipi** – «görünməz əl» – in bazarda rolu və istehsala təsiri.
- **Rəqabət şəraiti** – çoxsaylı istehsalçıların olmasına görə qiymətə təsirin məhdudluğu.



Rəqabət subyektlərinin  
predmeti və obyektı

**Rəqabətin  
predmeti**

- Mal və xidmətlər.
- Bilik və informasiyal ar.

**Rəqabət**

- Firmalar və təşkilatlar arasında kəşifən məqsədlər uğrunda mübarizədir.

**Rəqabətin  
obyektı**

Tərəflərin uğrunda mübarizə apardığı alıcılar və istehlakçılar

Mal, ticarət markası, firma, sahə, ölkə, region, beynəlxalq və qlobal

# Rəqabətin imkan dairəsi

**1. Resurslardan  
səmərəli istifadə**

**3. İstehsal xərclərini  
azaltmaqla qiymətin  
səviyyəsini aşağı  
salmaq**

**2. İstehsal  
fəaliyyətində tələbin  
dəyişməsini nəzərə  
almaq**

**4. Sahibkarlığı  
stimullaşdırmaq**

# Rəqabətin funksiyaları

**1. Tənzimləyici.**  
İstehlakçı tələblərinə  
uyğunlaşması üçün mal  
və xidmət təklifinə təsir  
edir.

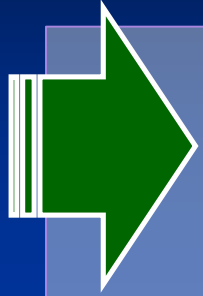
**2. Yönləldici.**  
Resursların maksimal  
fayda verə biləcəyi yerdə  
səfərbər olunmasının  
təmini.

**3. Nəzarət.**  
Bazar agentinin diktəsinə  
yol verməmək.

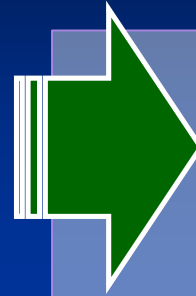
**4. İnnovasiya.**  
Firmaların  
məhsuldarlığının  
yüksəldilməsinə  
«məcbur» edir.

**5. Motivasiyaedici.**  
Keyfiyyətli və aşağı  
maliyyətli məhsullarla  
bazarda iştirak etmək.

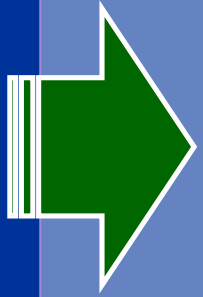
# Rəqabətin növləri:



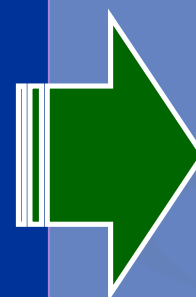
**Funksional rəqabət** – müxtəlif əmtəələrə olan tələbatı ödəmək imkanı olan şirkətlər (bütün ağrıkəsicilər)



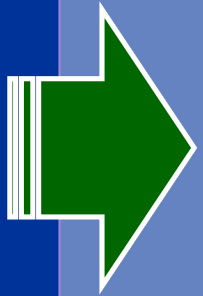
**Növünə görə rəqabət** – bir və ya bir neçə firmaların təqdim etdiyi müxtəlif xarakteristikalı əmtəələr (parasetamol – sirop, tablet və s.)



**Rəqabətin ixtisaslaşmış növü** (предметная) – müxtəlif firmaların təqdim etdiyi analoji əmtəələr (aspirin Bayer və UPSA)



**Qiymətə görə rəqabət** – tələb və təklif qanununa əsaslanan rəqabət

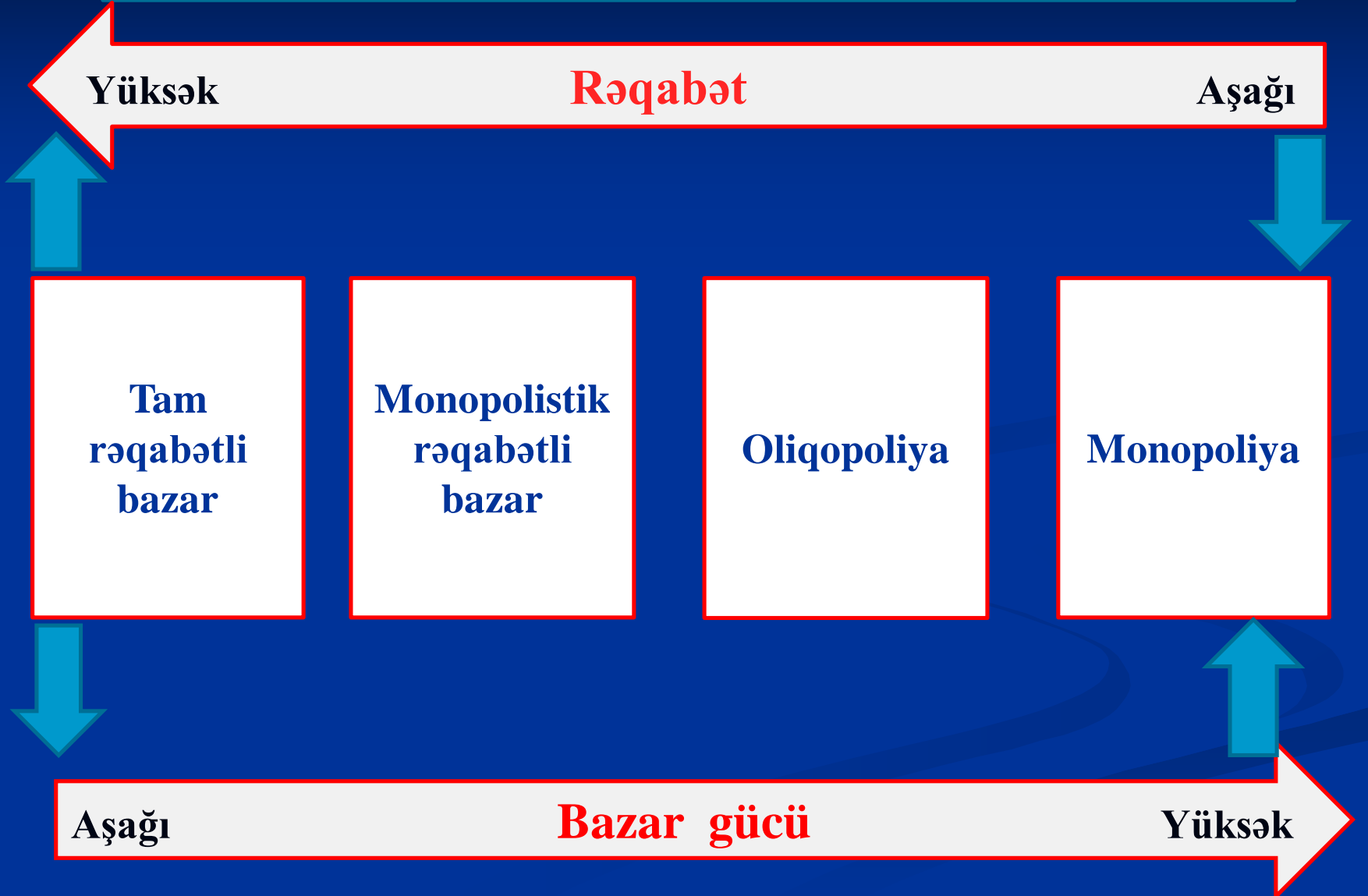


**Qeyri-qiymətə görə rəqabət** – üç qaydaları özündə cəmləşdirən və müəssisənini rəqabət strategiyasını formalaşdırır (mədəniyyət, səriştə, keyfiyyət)



**Qeyri-qanuni rəqabət** – qanunvericiliklə qadağa olunan və etik normalara zidd olan rəqabət

# Rəqabətə görə bazarların təsnifatı



# Bazar modeli və rəqabət münasibətlərinin təsnifatı

| <b>Mükəmməl rəqabət</b>  | <b>Qeyri - mükəmməl rəqabət</b>   |   |  |
|--|---|---|--|
| <b>Təmiz rəqabət</b>   | <b>Monopolistik rəqabət</b>   | <b>Oliqopoliya</b>  | <b>Təmiz monopoliya</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Standartlaşdırılmış əmtəə realizə edən çox sayda firmalar</li> <li>➤ Qiymətə nəzarətin olmaması</li> <li>➤ Qeyri – qiymətə görə rəqabətin olmaması</li> <li>➤ Tələb çox elastikdir</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diferensiyalaşmış əmtəə realizə edən çox sayda firmalar</li> <li>➤ Qiymətə nəzarətin məhdud diapazonu</li> <li>➤ Qeyri – qiymətə görə rəqabət</li> <li>➤ Tələb elastikdir</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Az sayda firmaların olması</li> <li>➤ Qeyri – qiymət görə rəqabət üstünlük təşkil edir</li> <li>➤ Qiymətə nəzarət diapazonu firmalar arasında olan razılıq səviyyəsindən asılıdır</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Unikal əmtəə istehsal edən bir firma</li> <li>➤ Qiymətə nəzarət çox güclüdür</li> <li>➤ Qeyri – elastik tələb</li> <li>➤ Digər firmaların bazara girişi mümkün deyil (bloklanıb)</li> </ul> |

## **Təmiz rəqabət**

- Bazarda eyni tipli mal (əmtəə) təklif edən çox saylı xırda firmalar mövcuddur
- Əmtəələrin ( xidmətlərin) qiymətləri, resurslar, xərclər və bazarın ümumi vəziyyəti haqqında məlumatların əldə edilməsi üçün heç bir firmanın qarşısında məhdudiyyət yoxdur.
- Yeni şirkətlərin bazara girişinə məhdudiyyət yoxdur, sahəyə qiriş və çıxış azaddır.



## **Monopolistik rəqabət**

- Çox sayda xırda firmalar müxtəlif mal təklif edir.
- Bazar qiymətlərinə nəzarət məhduddur.
- Bazara giriş və çıxış azaddır.
- Hər firma öz əmtəəsini unikal etməyə çalışır, ancaq əmtəələr bir – birini əvəzəndir.
- İqtisadi mübarizə yalnız qiymətə deyil, qiymətsiz rəqabətə də əsaslanır.

## Oliqopoliya

- Bazarın əsas hissəsini nəzarətdə saxlayan az sayda iri şirkətlərin mövcudluğu.
- Bazara təqdim edilən mal eyni tipli də, differensial da ola bilər.
- Sahəyə digər şirkətlərin girişi çətinidir.
- Öz mallarına qiymət qoyulmasında digər şirkətlərin qiymətlərini nəzarə aəmaq lazımdır (qiymət siyasətində firmaların qarçılıqlı asılılığı).

## Monopoliya

- Bir şirkətdən ibarət olan səhə, hansıki bu məhsulların tək satıcısıdır.
  - Məhsul unikaldir, əvəzediciləri yoxdur.
  - Monopolist istədiyi qiyməti qoyur.
- Firma qiymətə, yəni təklifə nəzarət edir.
- Digər firmaların səhəyə girişinə böyük baryerlər qoyulur.

# İstehlakçının sayına görə bazarların təsnifatı

|       |          | Saticı                             |                       |                      |
|-------|----------|------------------------------------|-----------------------|----------------------|
|       |          | Çox                                | Oliqopoliya           | Bir                  |
| Alıcı | Çox      | Polipoliya (tam rəqabətli)         | Oliqopoliya           | Monopoliya           |
|       | Bir neçə | Oliqopsoniya (sorğu oliqopoliyası) | Bilateral oliqopoliya | Məhdud monopoliya    |
|       | Bir      | Monopsoniya (sorğu monopoliyası)   | Məhdud monopsoniya    | Bilateral monopoliya |
|       | Bir      | Monopoliya                         | Oliqopsoniya          | Polipoliya           |

# *Müəssisənin rəqabətliyini müəyyənləşdirən amillər*

## **Üç qayda**

- mədəniyyət (tarix və ənənələr, işguzar etika, texnologiyalar),
- səriştə (əmtəə, qiymət, kadr siyasəti, strategi idarəetmə və proqnozlaşdırma, reklam fəaliyyəti, logistika və s.),
- Keyfiyyət

## Müəssisənin resursları

- Maddi
- Maliyə
- Əmək
- İnformasiya
- Bazarda payı
- Bazar seqmenti

## *Müəssisənin rəqabətliyi*

## **Əmtəə və xidmətlər**

- İstehlak xarakteristikaları
- Qiymət
- Çeşiddə olması
- Substitut əmtəələrin sayı
- Erqonomik göstəricilər

# Əczaçılıq iqtisadiyyatının prinsipləri

## Ümumi prinsiplər

- resursların məhdudluğu və tələbatın yüksək olması;
- əczaçılıq yardımına olan tələbatın təmin edilməsinin sosial üstünlü-yü

## Xüsusi prinsiplər

- insanların sağlamlığına şəxsi maraq;
- əczaçılıq yardımının göstərilməsində mövcud resurslarda səmərəli istifadə;
- meydana çıxan müxtəlif iqtisadi proseslərin miqdarı təyini

# Əczaçılıq bazarı

■ Əczaçılıq bazarının əsas fərqləndirici xüsusiyyəti dünya bazarına qloballaşmasıdır. Qloballaşmanın əsas səbəbləri:

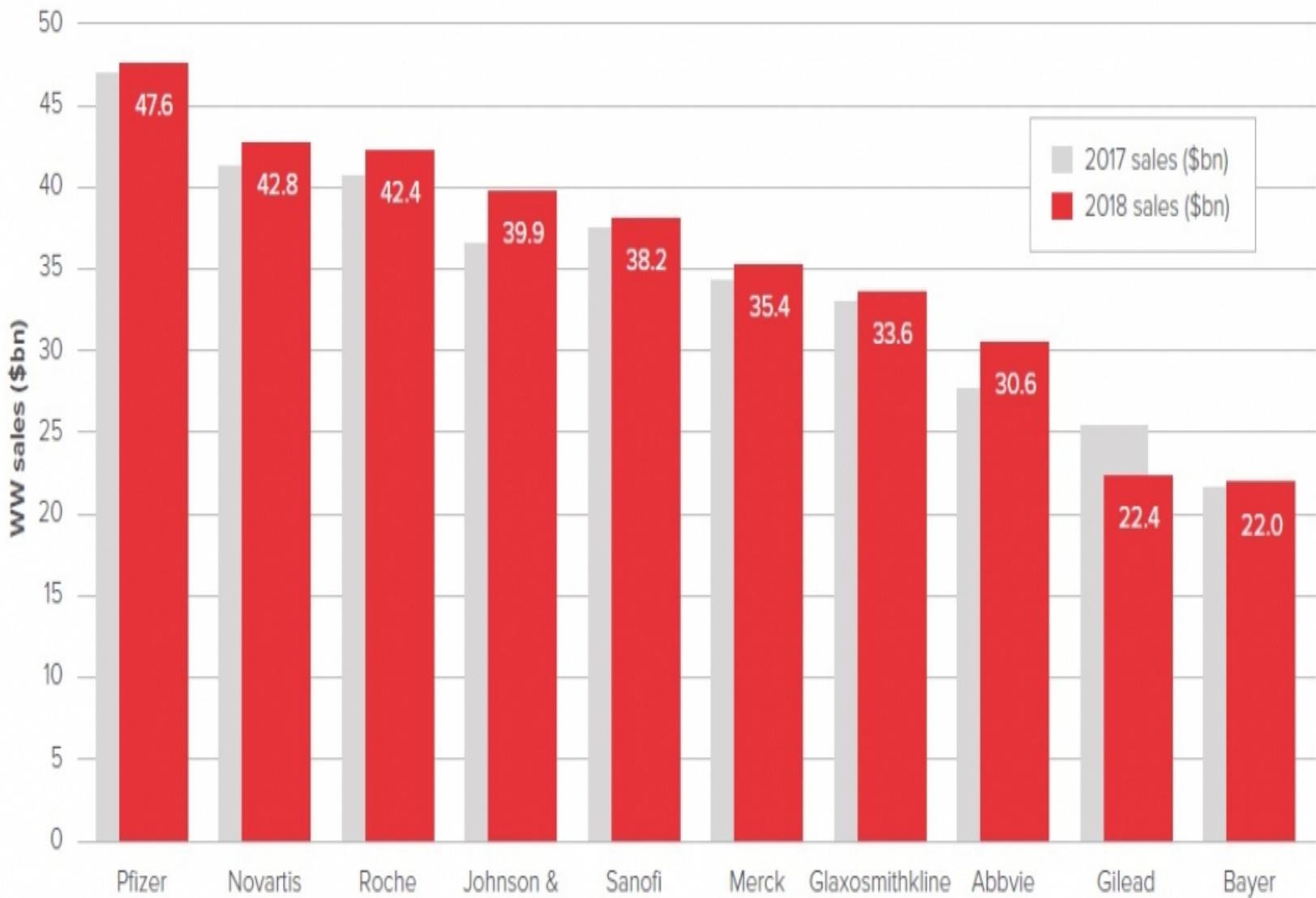
■ Cəmiyyətin sağlamlığının qorunması, həyat dövrünün uzadılmasının vacibliyi;

- Əsas xəstəliklərin yayılmasının dinamikasının öyrənilməsinin oxşarlığı;
- Daha effektiv farmakoterapevtik vasitələrin axtarışı;
- Yeni DV elmi axtarışının, tədqiqi və tətbiqinin baha başa gəlməsi, bu sahədə əməkdaşlığın aparılması;
- Əczaçılıq şirkətlərinin bazarda daha böyük yer tutmağa can atması

## Dünya əczaçılıq sektorunun xarakterik xüsusiyyətləri

- Əczaçılıq sektoru məhsulların yüksək maliyyə tələb edən sahədir
- Digər sektorlardan fərqli olaraq əksər ölkələrdə, o ölkənin təməl qanun və qaydalarına uyğun olaraq dərman şirkətləri dövlət tərəfindən nəzarətdə saxlanılır.
- Bir çox ölkələrdə dərmanların üzərinə qiymətlərin qoyulması uzun sənədləşmə prosesləri, eyni zamanda bütün klinik mərhələlər tamamlandıqdan sonra qoyula bilər.
- Əczaçılıq sənayesi sektoru rəqabətin yüksək olduğu sektorlardan biridir.
- Əczaçılıq sektorunda dünya bazarının böyük bir qismi çoxşaxəli şirkətlər tərəfindən tənzim olunur. Bu şirkətlər fərqli ölkələrdəki müştərilərinə eyni tip məhsulları təqdim edir, və fərqli ölkələrdəki şirkətləri ilə oxşar fəaliyyət prinsipləri ilə çalışırlar.
- Əczaçılıq sektoru bu və ya digər səbəblərə bağlı olaraq yüksək riskli sahələrdən hesab olunur.







THANK YOU!

