

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**  
**«MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ»**

*Əlyazması hüququnda*

**Mikayılova Gülşən Rövşən qızı**

**«İSTEHSAL VASİTƏLƏRİNİN TƏDARÜKÜ SFERASINDA LOGİSTİK**  
**ÜSULLARDAN İSTİFADƏ EDİLMƏSİ»**

**Mövzusunda**

**M A G İ S T R D İ S S E R T A S İ Y A S I**

**İxtisasın şifri və adı**

**060408 Marketing**

**Elmi rəhbər**

**Magistr proqramının rəhbəri**

**i.e.d., dos.T.İ.İmanov**

**dos.A.S.Aşurov**

**Kafedra müdiri:**

**i.e.n., dos. T.İ.İmanov**

**BAKI 2016**

## Mündəricat

<b>Giriş .....</b>	<b>3</b>
<b>Fəsil 1. Bazar münaasibətləri sistemində tədarükətin idarəedilməsinin nəzəri- metodoloji əsasları</b>	
1.1. Müasir şəraitdə təchizat və satış logistik proseslərin mühüm elementi kimi .....	9
1.2. Tədarükətin idarəedilməsinin logistik mahiyyəti və obyektiv zəruriliyi.....	23
1.3. Tədarükətin logistikasının formalaşması prinsipləri və xüsusiyyətləri.....	37
<b>Fəsil 2. Müəssisələrin tədarükətin logistikasının təşkilati- iqtisadi mexanizminin formalaşması</b>	
2.1. Azərbaycan Respublikası istehsal vasitələri üzrə tədarükətin bazarının logistik tədqiqi.....	46
2.2. Tədarükətin bazarının dövlət tənzimlənməsi.....	61
2.3. Müəssisələrdə tədarükətin proseslərinin logistik idarəedilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi .....	72
<b>Nəticə və təkliflər .....</b>	<b>86</b>
<b>Ədəbiyyat siyahısı .....</b>	<b>88</b>
<b>Резюме.....</b>	<b>91</b>
<b>Summary.....</b>	<b>92</b>

## Giriş

**Mövzunun aktuallığı.** Respublikamızda bazar münasibətləri sisteminin bərqərar olması bütün postsovet məkanında olduğu kimi ölkə iqtisadiyyatının müasir mərhələdə inkişafının əsası hesab edilir. Təbii ki, bazar iqtisadiyyatı bir sistem olaraq özünün inkişafı üçün bütün digər şərtlərlə bərabər, əmtəə istehsalçılarının, eləcə də bazar münasibətlərinin digər iştirakçılarının iqtisadi müstəqilliyi tələbini irəli sürür. Buna görə bazar müsətəqil satıcı və alıcı arasında qarşılıqlı iqtisadi münasibətlərin təşkilatı forması kimi çıxış edir.

Müxtəlif mülkiyyət formalarına malik müəssisələrin yaranması ilə əlaqədar həyata keçirilən islahatlar bir prosesi olaraq bütün iqtisadi subyektlərə toxunur, onları əhatə edir. Bazarın formalaşması ticarətlə sənaye müəssisələri və sənaye müəssisələrinin özləri arasında bütün zəruri təsərrüfat əlaqələrinin sərbəst qurulmasına imkan verən yeni iqtisadi şəraiti yaradır. Bu gün respublika müəssisələri üçün ənənəvi məhsulyeridilişi sisteminin ləğv edilməsi və bazar münasibətlərinin inkişaf etməsi nəticəsində alıcıların tədiyyə qabiliyyətinin aşağı düşməsi ilə bağlı hazır məhsul satışı həll edilməsi vacib problemlərdən biridir.

Bazar mexanizminin inkişafında baş verən dəyişikliklər müəssisələrin tədarükat fəaliyyətinin səmərəli idarəedilməsi üçün əlverişli imkanlar yaradan tədarükat bazarının rolunu əhəmiyyətli dərəcədə artırdı.

Ölkəmizdə bazar münasibətlərinin inkişafı ilə bağlı iqtisadi siyasət kursu tədarükat fəaliyyətinin keyfiyyətli idarəedilməsinə, bu zaman həll edilən məsələlərin xarakterinə, həmçinin onların həlli metodlarına qarşı daha yeni tələblər ortaya qoyur. İdarəetmə sahəsində baş vermiş dəyişiklikləri özündə əks etdirən yeni idarəetmə konsepsiyasına olduqca böyük ehtiyac var.

Hal-hazırda ölkəmizdə təsərrüfat əlaqələrinin sərbəst seçilməsi və əmtəə bazarının infrastrukturunun inkişafı ilə tədarükat bazarının formalaşması üçün hüquqi baza və şərait yaradıldı. Eyni zamanda məhsulların mərkəzləşdirilmiş qaydada

sərt bölgü mexanizminin-dövlət təchizat sisteminin aradan qaldırılması nəticəsində meydana gələn qeri mərkəzləşdirilmiş tədarükat bazarı sərbəst ticarət agentlərinin, eləcə də topdan-vasitəçi, kommersiya-vasitəçi, təchizat-satış fəaliyyəti ilə məşğul olan müxtəlif mülkiyyət və təşkilatı-hüquqi formalara malik çoxsaylı müəssisələrin artmasına gətirib çıxardı. Bununla əlaqədar praktiki olaraq istehsalçı, topdansatış müəssisələri və pərakəndə alıcıların iqtisadi maraqlarının kəsişdiyi tədarükat bazarında çoxlu problemlər əmələ gəlir. Belə problemlərdən ən başlıcası daxili və xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə çevik reaksiya verə bilmək qabiliyyətinə malik idarəetmə strukturunu formalaşdırmaqla müəssisələrdə tədarükat fəaliyyətinin təşkilindən ibarətdir. Məhz bu, dissertasiya işinin aktuallığını və əhəmiyyətini müəyyənləşdirir.

**Problemin öyrənilməsi səviyyəsi.** Bazar iqtisadiyyatına uyğun olaraq istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə bir-birilə qarşılıqlı əlaqədə olan mürəkkəb münasibətlər kompleksini əhatə edir. Bunların hərtərəfli öyrənilməsi və sistemli istifadə olunması bazar mexanizminin hərəkətverici qüvvəsinin reallaşması, bazarın tənzimləmə imkanlarından, bazarın idarə edilməsi forma və metodlarından tam istifadə üçün olduqca əhəmiyyətlidir.

Ümumbazar sisteminin tərkib hissəsi hesab edilən istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin bu və ya digər aspektləri Rusiya Federasiyası və Ukrayna Respublikasının alimlərindən Afanasyev N.V., Baskin A.İ., Bokov V.V., Qolikova, E.A., Qordon M.P., Kaluçin V.K., Karnauxov S.M., Koldin V.S., Kostoqladov D.D., Limarev V.Y., Meşkov A.A., Mirotina L.N., Nesteroviç N.V., Novikov D.T., Novikov O.A., Purlik V.M., Proçenko O.D., Semenov N.S., Stepanov V., Tyapuxin A.P., Uvarov S.A., Şerbakov V.V. və digərlərinin apardıqları elmi araşdırmalarda öz əksini tapmışdır.

Bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar olaraq respublikamızda istehsal vasitələri bazarının makroiqtisadi təhlili və bazar tipli inkişaf amillərinə əsaslanan tədqiqi iqtisadçı alimlər Allahverdiyev H.B., Axundov Ş.A., Feyzullabəyli İ.Ə., Cəbiyev R.M., Hacıyev Ş.H., Hüseynov T.Ə., Hüseynov T.H., Hovruzov V.T., Məmmədov

F.Ə., Məmmədov C.C, Məmmədov A.T., Meybullayev M.X., Paşayev K.P., Rzayev P.Q., Şəkərəliyev A.S., Səmədov A.H., Xıdırova B.S., Əliyev T.N. və başqaları tərəfindən aparılmış və istehsal vasitələri bazarının inkişafı ilə bağlı bir sıra təkliflər irəli sürülmüşdür. Bu tədqiqatlarda göstərilən problemin ayrı-ayrı cəhətləri öyrənilmiş, elmi-praktiki baxımdan böyük əhəmiyyətə malik nəticələr əldə olunmuşdur.

Lakin bu sahədə aparılan tədqiqatları yüksək qiymətləndirərək qeyd etmək lazımdır ki, istehsal vasitələrinin tədarüku sferasında logistik üsullardan çiq kompleks şəkildə deyil, yalnız onu təşkil edən ayrı-ayrı elementlər tədqiq edilmişdir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində respublikada ilk dəfə olaraq istehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafı problemlərinə kompleks şəkildə baxılır. Bununla əlaqədar olaraq makrosəviyyədə istehsal vasitələri bazarı tədqiq edilir, burada onun formalaşmasının konseptual əsasları müəyyənləşdirilir və inkişafının prioritet istiqamətləri sistemli şəkildə göstərilir.

Beləliklə, problemin aktuallığı və respublikamızda bu problemin kifayət qədər öyrənilməməsi, onun mühüm elmi və praktiki əhəmiyyəti tədqiqatın məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirir.

**Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri.** Tədqiqatın məqsədi ölkəmizdə bazar münasibətlərinin formalaşması xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla makroiqtisadi səviyyədə istehsal vasitələrinin tədarüku sferasında logistik üsullardan istifadənin nəzəri-metodoloji məsələlərini araşdırmaq, bu sahədə yeni keyfiyyət meyllərini aşkar etmək və müvafiq problemin həlli ilə bağlı kompleks təklif və tövsiyələr işləyib hazırlamaqdan ibarətdir. Mövcud məqsədə uyğun olaraq tədqiqat işində aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- bazar iqtisadiyyatına transformasiyanın ümumi qanunauyğunluqları nəzərə alınmaqla istehsal vasitələri tədarüku sferasında logistik üsullardan istifadənin spesifik xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək;

- iqtisadi resursların «istehsalçı-istehlakçı» tsikli üzrə hərəkəti zamanı istehsal

vasitələri bazarının iqtisadi subyektləri və real bazar situasiyasından asılı olaraq onların məqsəd və vəzifələrini aşkar etmək;

- istehsal vasitələri tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin sosial-iqtisadi şərtlərini aşkara çıxarmaqla bazarın mövcud vəziyyəti və perspektiv inkişafı baxımından hər bir amilin təsir imkanlarını qiymətləndirmək;

- istehsal vasitələri bazarının konyunkturasının və inkişaf ənənələrinin hərtərəfli öyrənilməsinə söykənən logistikanın istehsal vasitələrinin tədarükü sisteminin inkişafında yer və rolunu əsaslandırmaq;

- müasir iqtisadi şəraitdə istehsal vasitələri bazarının idarəedilməsi məqsədilə istehsal vasitələri bazarında ticarətinin mövcud vəziyyətini analitik qiymətləndirmək;

- inkişaf edən bazar münasibətləri sistemində istehsal vasitələrinin tədarük siyasətini işləyib hazırlamaq məqsədilə sözügedən bazarın tənzimlənməsinin prioritet istiqamətlərini müəyyənləşdirmək;

**Tədqiqatın predmeti və obyektı.** Tədqiqatın predmetini Azərbaycan Respublikasında istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə ilə bağlı yaranan iqtisadi münasibətlər sistemi, obyektini isə istehsal vasitələri bazarı təşkil edir.

**Tədqiqatın informasiya bazasını** Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi materialları, Respublikanın İqtisadi İnkişaf, Maliyyə, Nəqliyyat, Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliklərinin, «Azərkontrakt» ASC-nin statistik və hesabat materialları, İnternet sayıtları və sair məlumatlar təşkil edir.

**Tədqiqat işinin nəzəri və metodoloji** əsasını sivil istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə sahəsində dünyanın və ölkəmizin aparıcı alimlərinin son illərdə apardıqları fundamental və tətbiqi xarakterli tədqiqatların əsas müddəaları və nəticələri, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına dair qanun və Dövlət Proqramları, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərman və Sərəncamları, Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin və Nazirlər Kabinetinin qərarları, normativ hüquqi sənədlər

təşkil edir.

Problemin nəzəri hissəsinin işlənilib hazırlanması zamanı tarixi və məntiqi-nəzəri təhlil üsulları tətbiq edilmiş, ekspert qiymətləndirmə, eləcə də ümumi anlayış və kateqoriyalardan konkret iqtisadi proseslərə istiqaməti müəyyənləşdirən deduktiv metodlardan istifadə olunmuşdur. Müəllif müasir iqtisad məktəblərinin malik olduğu geniş nəzəri təcrübə və metodoloji əsaslardan istifadəyə üstünlük verməklə, eyni zamanda, yeni biliklərin sintezini empirik müşahidələr və induktiv nəticələr əsasında həyata keçirmişdir. Mövcud tədqiqat işi sistemli və müqayisəli təhlil prinsipi üzərində qurulmuş, statistik və qrafik metodlardan istifadə olunmuşdur.

Son dövrlərdə Azərbaycan Respublikasında istehsal vasitələri bazarının mövcud vəziyyəti və inkişaf qanunauyğunluqlarını əks etdirən geniş statistik materialların təhlilinə xüsusi diqqət yönəldilmişdir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi.** Mövcud tədqiqat işinin **elmi yeniliyi** özünün praktik əhəmiyyəti və elmi biliklərin zənginləşməsinə verəcəyi töhvə ilə xarakterizə olunan aşağıdakı faydalı məsləhət və nəticələrdən ibarətdir:

1. Bazar iqtisadiyyatının spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla Azərbaycan Respublikasında istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə problemlərinə ilk dəfə kompleks şəkildə baxılmışdır.

2. İstehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin istiqamətləri əsaslandırılmışdır.

3. İstehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin sosial-iqtisadi şərtləri müəyyənləşdirilmişdir. İstehsal vasitələrinin spesifik xüsusiyyətlərindən, onların mübadiləsi prosesinin səciyyəvi cəhətlərindən, istehsal və istehlakın coğrafiyasından asılı olaraq hər bir amilin təsiretmə imkanları tədqiq olunmuşdur.

4. Logistik fəaliyyəti üzrə qabaqcıl təcrübənin öyrənilməsi və ümumiləşdirilməsi əsasında istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistikanın tətbiqi üçün elmi tövsiyələr işlənilib hazırlanmışdır.

5. Ölkəmizdə bazar iqtisadiyyatının inkişaf etməsilə yanaşı istehsal vasitələri

bazarının yeni istehsal münasibətlərinin tələblərinə davamlı olaraq uyğunlaşdırılması və bu sahədə mövcud normativ-hüquqi bazanın sistemli şəkildə təkmilləşdirilməsi məqsədilə bu bazarın tənzimlənməsi meylləri müəyyənləşdirilmişdir.

**Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti** makrosəviyyədə istehsal vasitələri bazarının dayanıqlı vəziyyətinin və rəqabətqabiliyyətinin təmin edilməsi, respublikanın sənaye potensialının, iqtisadi subyektlərin maddi-texniki təminatı və məhsul satışının yaxşılaşdırılması, istehsal vasitələri bazarının infrastrukturunun kompleks inkişafı ilə bağlı müxtəlif təklif və tövsiyələrin verilməsindən ibarətdir. Bu təklif və tövsiyələrdən istehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafı üçün əsas istiqamətləri müəyyənləşdirən qanunvericilik, proqnoz və proqram xarakterli sənədlərin işlənilməsi, hazırlanmasında, sosial-iqtisadi proseslərin təhlili və proqnozlaşdırılmasında, ali məktəblərdə «Logistika», «Marketinq», «Bazar infrastrukturunu» və «Əmtəə bazarının proqnozlaşdırılması» kimi fənlərin tədrisi prosesində, eləcə də elmi-tədqiqat işlərində istifadə oluna bilər.



## **Fəsil 1. Bazar münaasibətləri sistemində tədarükətin idarəedilməsinin nəzəri- metodoloji əsasları**

### **1.1. Müasir şəraitdə təchizat və satış logistik proseslərin mühüm elementi kimi**

20 - ci əsr iqtisadiyyatı bir-birindən həm sosial-iqtisadi mahiyyətinə, həm də cəmiyyət üçün məcmuu effektivliyi baxımından diametral fərqlənən iki idarəetmə üsulu ilə xarakterizə olunur. Bunlardan birincisi ictimai məhsulun istehsalı və bölüşdürülməsinin idarəedilməsində inzibati-amirlik (plan-direktiv), digəri isə bazar meyarlarına əsaslanır.

İerarxiya quruluşa malik plan-direktiv idarəetmə üsulu normativ idarəetmə metodu olmaqla müvafiq texnologiyaların köməkliliylə həyata keçirilir. İdarəetmənin normativ metodu bütün sosial-iqtisadi sistem üçün mərkəzləşdirilmiş qaydada müəyyənləşdirilən məqsədlərin bütün ierarxiya səviyyələrdə yerinə yetirilməsini təmin etmək məqsədilə rəhbər və idarəetmə sistemi tərəfindən idarəetmə qərarlarının (plan, proqram, əmr və göstərişlərin) zaman və məkanca hazırlanması, seçilməsi və planlaşdırılması ardıcılığını özündə birləşdirir. Bu isə öz növbəsində o deməkdir ki:

- ictimai istehsal və onun ayrı-ayrı hissələrinin təkrar istehsalı müxtəlif dərəcəli məqsədlər baxımından vahid proqram (plan) üzrə həyata keçirilir;

- plan-təşkilati strukturun bütün işçiləri göstəricilər (meyarlar) sisteminin köməylə kənardan - tabe olduqları və ya koordinasiya sistemi tərəfindən direktiv xarakterli plan tapşırıqları alırlar. Bu plan tapşırıqları bütün cəmiyyətin maraqları baxımından onların fəaliyyətinin son nəticələrinin mahiyyətini və məzmununu təşkil edir;

- bütün ierarxiya səviyyəsində təsərrüfat və idarəetmə sistemlərinin müstəqilliyi və təşəbbüskarlığı son nəticələrə nail olmaq üçün bir sıra alternativ vasitələrin seçilməsi zamanı təzahür etmir;

- planlı-təşkilati strukturun işçilərin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və onların mükafatlandırılması qanuniləşdirilmiş normativlər üzrə, bilavasitə təsərrüfat sistemi-

nin sərəncamvermə mərkəzləri tərəfindən həyata keçirilir. Təbii ki, burada qiymətləndirmə və ya mükafatlandırma son deyil, məhz aralıq nəticələrə görə aparılır;

- istehsal vasitələrindən istifadə hüququ təsərrüfat sisteminin işçilərinin istehsal vasitələrinin mülkiyyətçisi olmaq və bu vasitələrə sərəncam vermək hüququnu üstələyir.

Sovet hakimiyyətinin hökmran olduğu illər ərzində və plan-təşkilati strukturla, bu struktur qarşısında duran işçi məqsədin tələb olunan birgəliyini və eyni istiqamətliliyini təmin etmək üçün praktiki olaraq bütün növ idarəetmə tədbirlərindən: sistem tərəfindən əldə edilən böyük iqtisadi effektivliyin ədalətli bölgüsünü gözləyən xalq kütləsinin entuziazmindən; normativ göstəricilər və həvəsləndirmə sistemlərindən; kömpyüter texnikası vasitəsi ilə optimal idarəetmə sistemlərindən istifadə edilmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, idarəetmə təsirləri kimi bütün bu tədbirlər müvəfəqqəti effekt versə də təsərrüfat sisteminin özünün və eləcə də plan - təşkilati strukturun müvafiq işçilərinin eqoistik və eqosentrik maraqlarının reallaşmasına gücü çatmırdı. Başqa sözlə, plan-təşkilati struktur və ona mənsub olan ayrı-ayrı kollektivlər qarşısında duran bu və ya digər məqsədlərin birgəliyini və eyni istiqamətliliyini təmin etmək mümkün olmadı.

Belə bir şəraitdə plan-təşkilati struktur progressiv olaraq özünün iş qabiliyyətini itirməklə malik olduğu potensial imkanları real çatışmazlıqlara çevrdi. Bu zaman əmtəə-pul münasibətləri və dəyər qanunundan geniş miqyasda istifadəyə əsaslanan özütənzipləmənin bazar mexanizmi və onun malik olduğu imkanlar kifayət qədər qabarıq formada meydana çıxdı, təzahür etdi və cəmiyyət üzvləri tərəfindən bu imkanların reallaşdırılması meyilləri gücləndi.

Plan-təşkilati strukturun köklü sürətdə fərqlənən, onunla diametral ziddiyyət təşkil edən bazar iqtisadi mexanizmi əsasən başqa prinsiplər əsasında formalaşır və fəaliyyət göstərir. Bu mexanizmin nüvəsini sistem deyil, şəxsi və qrup maraqları, ayrı-ayrı istehsal vasitələri mülkiyyətçilərinin məqsədləri, fəaliyyət növünün və

xarakterinin seçilməsində öz iradələrini sərbəst formada ifadə etmələri, fəaliyyətin son nəticələrinə görə bərabər hüquqlu məsuliyyət daşmaları təşkil edir.

Burada mövcud olan sistem maraqları plan-təşkilati idarəetmənin və sərəncamvermə mərkəzlərinin ierarxiya üzrə bütün səviyyələrə müvafiq idarəetmə təsirlərinin dərk edilmiş və məqsədyönlü nəticəsi kimi deyil, əmtəə-pul münasibətlərinin (tələb-təklif, alqı-satqı, qiymət, rəqabət və s.) bazar mexanizmi vasitəsilə xüsusi məqsədlərə nail olmağa səy göstərən çoxlu sayda əmtəə istehsalçılarının heç kim tərəfindən əvvəcdən proqramlaşdırılmayan qarşılıqlı fəaliyyətinin məcmu nəticəsi kimi reallaşdırılır. Beləliklə, təsərrüfatçılığın əsas subyektləri, topdansatış ticarəti də daxil olmaqla iqtisadi və hüquqi cəhətdən sərbəst, müxtəlif mülkiyyət formalarına malik xüsusi təsərrüfat sistemləri hesab olunurlar.

Özütənzimləmənin bazar mexanizmi üçün bir sıra tipik hesab edilən əlamət və xassələr mövcuddur ki, bazar iqtisadiyyatının normal fəaliyyəti məhz bunların hesabına təmin edilir:

1. Təsərrüfat sistemlərinin hər birisinin iqtisadi və hüquqi baxımdan tələb olunan dərəcədə müstəqilliyə malik olması. Bu cəhət əsasən özünü aşağıdakı formalarda təzahür etdirir:

- təsərrüfat subyektlərinin öz təsərrüfat proqramlarını tədiyə qabiliyyətli tələbin (istehlakçıların sifarişləri) təsiri altında sərbəst formalaşdırma bilmək hüququna malik olmasında;

- məhsulgöndərənlərin, eləcə də vasitəçilərin azad seçilməsində, təsərrüfat əlaqələrinin müstəqil qurulmasında;

- dövlətin qiymət siyasəti çərçivəsində təsərrüfat sistemlərinin müqavilə, kontrakt və azad bazar qiymətlərini sərbəst müəyyənləşdirmək (qurmaq) hüququna malik olmasında;

- təsərrüfat subyektlərinin istehsal edilən məhsul, göstərilən xidmət, eləcə də özlərinin resurs və gəlirləri üzərində müstəqil sərəncam vermək hüququnun mövcudluğunda.

2. Məhsulgöndərənlərin, vasitəçilərin, bir çox hallarda isə istehlakçıların inhisarçı diktəsini mütləq yumşaltmaq, sonralar ləğv etmək.

Məhsulgöndərənlərin və vasitəçilərin inhisarçılığının ləğvinə bir tərəfdən paralel fəaliyyət göstərən müəssisələrin yaradılması və həvəsləndirilməsi, digər tərəfdən isə rəqabət yolu ilə bu təşkilatlara öz istehsal və vasitəçilik fəaliyyətlərini genişləndirmək üçün imkanlar yaratmaq, bazarda yüksək tələb olunan başqa məhsulların hazırlanması və satışına yönəltməklə nail olunur. Aydındır ki, bu da öz növbəsində kapitalın bir sahədən digərinə, yüksək gəlir gətirən fəaliyyət sferalarına axın imkanlarını və ya az-çox perspektivli yeni investisiyaların həyata keçirilməsini nəzərdə tutur.

Bütün bu qeyd edilənlərlə yanaşı milli sərvətin dövlətsizləşdirilməsi və özəlləşdirilməsi prosesi inhisarçılığı ləğv və səmərəli rəqabəti təmin etmək üçün fundamental baza hesab olunur.

3. Qiymətdə təkə ictimai zəruri məsrəflərin deyil, eyni zamanda istehsal edilən məhsul və göstərilən xidmətlərin ictimai faydalılıq dərəcələrinin əks olunması.

Bu o deməkdir ki, ixtiyarı məhsulun və xidmətin sərbəst alqı-satqısı zamanı onların faydalılığı məhz tədiyə qabiliyyətli tələbdə təzahür edir. Əgər tədiyə qabiliyyətli tələb, yəni istehlakçının cari növ məhsulu ictimai zəruri məsrəflərə bərabər olan istehsalçılar və məhsulgöndərənlər üçün minimum əlverişli qiymətə əldə etməyə hazır olması bazarda mövcud olan bu növ məhsul və xidmətlərin kəmiyyətini artırır.

4. Bütün səviyyələrdə sərəncam vermək hüququna malik olan orqanların (dövlət və hökumət orqanlarından tutmuş sahə və regional orqanlara qədər) məhsul və xidmətlərin əsas istehsalçıları hesab edilən ilkin təsərrüfat sistemlərinin və onların vasitəçilərinin (məcmu formada təsərrüfatçılığın əsas subyektlərinin) təsərrüfat fəaliyyətlərinə müdaxilə etməməsi.

Bütün bu sərəncam vermə orqanları öz səylərini iqtisadi baxımdan əməkdaşlığa könüllülük prinsipi əsasında məhkum edilmiş tərəfdaşlar üçün «oyun

qaydalarını», yəni, ya bütün cəmiyyətin, ya da ayrıca götürülmüş nümunəvi qrupların maraqları baxımından özütənzimləmənin bazar mexanizminin tam fəaliyyətini təmin etmək üçün ümumi qanunları işləyib hazırlamağa, həyata keçirməyə və sonradan real bazarın tələblərinə uyğunlaşdırmağa yönəltməlidirlər.

Belə «oyun qaydalarının» müəyyənləşdirilməsinə, yəni bazar iqtisadiyyatının dolayı tənzimlənməsinə əsasən bu iqtisadiyyatın milli modelini müəyyənləşdirən iqtisadi normativlərin (qiymət, tarif, vergi, maliyyə-kredit siyasətləri, icarə və rentə münasibətləri və s.) köməklilikə nail olunur.

5. İqtisadi «oyun qaydalarına» cəmiyyətin bütün üzvləri tərəfindən əməl edilməsi.

Yuxarıda sadalanan mütləq şərtlərdən - bazar iqtisadiyyatının ixtiyarı modelinə aid edilən əlamətlərdən hər hansı birinə əməl edilməməsi kifayət edir ki, özütənzimləmənin bazar mexanizmi deformatsiyaya uğrasın, ictimai istehsalə, bütövlükdə milli iqtisadiyyata mənfi istiqamətdə təsir göstərsin. Ölkəmizdə bazar iqtisadi mexanizminin kifayət qədər səmərəli fəaliyyətini təmin edən bu tələblərin heç birinə bazar iqtisadiyyatına keçid mərhələsinin ilk illərində və sonralar da demək olar ki, normal əməl edilmədi.

Qeyd edilən bu zəruri tələblər - şərtlərin yerinə yetirilməsi zamanı bazar iqtisadiyyatından aşağıdakı üstünləri gözləmək olar:

- dəyər qanunu vasitəsi ilə bazar mexanizmi və onun çevrilmiş forimaları (qiymət, mənfəət, tədiyyəqabiliyyətli tələb, təklif, rəqabət, rentə, vergi və digər bazar alətləri) ayrı-ayrı əmtəə istehsalçılarının son dərəcə eqosentrik maraqlarının ictimai maraqlarla uzlaşdırılmasını təmin edir;

- bazar mexanizmi özbalanslaşdırma və özütənzimləmənin yüksək səviyyəsinə malikdir. Bununla da müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətlərinə daima nəzarət, lüzumsuz müdaxilə etməyə ehtiyac qalmır;

- təsərrüfat sistemlərinin aktivlik səviyyəsi yüksəlir. Bu da nəticə etibarılı ilə tədiyyəqabiliyyətli tələbin, başqa sözlə, cəmiyyətin real tələbatının ödənilməsi zamanı

əmək kollektivlərinin əhəmiyyətli dərəcədə gəlir əldə etmələrinə səbəb olacaq zəruri keyfiyyətdə məhsul istehsalı və satışın həcminin artırılmasına gətirib çıxarır;

- bazar mexanizmi cəmiyyət və dövlət tərəfindən iqtisadi normativlər sisteminin işlənilib hazırlanması yolu ilə iqtisadi və hüquqi cəhətdən müstəqil təsərrüfat sistemlərinin tənzimlənməsinə imkan verir;

- bazarın köməkliyi ilə təsərrüfat sistemlərinə mənsub olan kollektivlərin kəmiyyət və keyfiyyətcə əməyini, cəmiyyət miqyasında ictimai fəaliyyətin ümumi nəticələrindəki paylarını obyektiv və ədalətli qiymətləndirmək, eləcə də onları adekvat mükafatlandırmaq mümkün olur.

Xüsusi mülkiyyət institutunun yaradılması, sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, qiymətlərin liberallaşdırılması, özəlləşdirmə, bank sisteminin yenidən qurulması ölkəmizdə bazar təsərrüfatçılığı sisteminin formalaşması üçün aparılan iqtisadi islahatlar kursunun ən başlıca istiqmətləridir. İqtisadiyyatın bütün sahələrində sahibkarlıq aktivliyinin gücləndirilməsi, təsərrüfat subyektlərinin dövlətsizləşdirilməsi və özəlləşdirilməsi, mülkiyyət formaları və münasibətlərinin çox-növlüliyünün təmin edilməsi əmtəə - bazar əlaqələrinin rolu və mahiyyətini artırır. Eyni zamanda real tələbatdan doğan iqtisadi islahatlar kursunun davam etdirilməsi və dərinləşdirilməsi hökumətdən keyfiyyətcə elə bir yeni strategiyanın işlənilib hazırlanmasını tələb edir ki, o mahiyyətcə istehsada baş verən böhranların aradan qaldırılması, sənayenin struktur baxımından yenidən qurulması ilə bağlı bütün ağırlığı öz üzərinə götürəcək iqtisadiyyatın bu və ya digər sahəsini əhatə edə bilsin.

İnzibati-amirlik iqtisadiyyatından mütərəqqiliyi ilə seçilən bazarın xeyrinə imtina edilməsi ölkə iqtisadçılarını bazar prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərən inkişaf etmiş kapitalist ölkələrinin təcrübəsinin diqqətlə öyrənilməsinə tələb edir. Ölkə iqtisadçılarının kifayət qədər nəzəri biliklərə malik olmasına baxmayaraq bu sahədə başqa ölkələrin bazar iqtisadiyyatının tətbiq edilmiş elementlərindən istifadə imkanları, həmçinin bazar subyektlərinin səmərəli fəaliyyətini təmin edən mexanizm araşdırılmalıdır.

Belə mexanizmlərindən biri məhz bazar strukturlarına özlərinin rəqabət üstünlüyünü təmin edən strategiyanın formalaşdırılmasına imkan verən logistika hesab edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, təsərrüfat subyektlərinin sərbəst fəaliyyət azadlığına və onların iqtisadi baxımdan müstəqilliyinə təminat verən bazar münasibətləri sistemə keçidlə əlaqədar olaraq ötən əsrin 90-cı illərinin sonlarında kommersiyanın ölkə iqtisadiyyatı üçün vaciblik və əhəmiyyətlik dərəcəsiindən asılı olmayaraq elmi-texniki tərəqqiyə əsaslanan dünya təsərrüfat sistemində yeni iqtisadi strukturlar yaradıldı və onların optimal inkişaf formaları aşkar olundu. Təbii ki, belə mütərəqqi formalardan biri kimi iqtisadiyyatın logistləşdirilməsini (iqtisadiyyatın bütün sahələrində logistik prinsip və yanaşmaların total tətbiqi) hesab etmək olar.

Bazar mövqeyinin möhkəmləndirilməsi və rəqabət mübarizəsində üstünlüklərin təmin edilməsi üçün hər bir bazar subyekti logistik metod və prinsiplərdən istifadə olunmasına xüsusi diqqət yönəldir. Yəni, biznesin ətraf mühiti daha kompleks və qeyri - müəyyən xarakter aldıqca belə mühitində məhsul istehsal etmək və məqsəd bazarında və ya onun seçilmiş segmentində fəaliyyət göstərmək üçün firma və şirkətlər logistik idarəetmə texnologiyasından fundamental yararlanmalıdırlar. Aydın ki, rəqabət mübarizəsinin gücləndiyi, vaxtın başlıca rəqabət faktoruna çevrildiyi müasir şəraitdə bazarda rəqabətə tab gətirmək üçün təsərrüfat subyektlərinin belə idarəetmə texnologiyalarına yiyələnmələri onların çevik və dinamik olmalarına-bazar mühitində və hazır məhsulların tələb paketində əmələ gələn, baş verən müvafiq dəyişikliklərə təşkilati-iqtisadi nöqtəyi nəzərdən adekvat cavab vermələrinə, uyğunlaşmalarına imkan yaradır. Fəaliyyətlərini logistik idarəetmə prinsipləri əsasında qurmayan, real bazar mövqeyindən çıxış etməyən istehsalçılar təbii ki, uzun müddət bazar dayanıqlığını saxlaya bilmir və anoloji məhsul istehsalçıları üçün bir növ çıxdaş edilmiş «rəqibə» çevrilirlər.

Deməli, bir tərəfdən bazar münasibətlərinin tələbi və nəticəsi logistik yanaşmaların tətbiqinə artan intensiv maraq və tələblə müəyyənləşirsə, digər tərəfdən

logistik idarəetmənin sürətlənməsi, təsərrüfat həyatında geniş tətbiqi isə bazar münasibətləri sisteminin təkmilləşdirilməsinə və dövlətin iqtisadi siyasət kursuna əsaslı təsir göstərir.

Bazar münasibətlərinə keçidlə təsərrüfat subyektləri özlərin təsərrüfat proqramlarını müstəqil formalaşdırmaq və bölgü kanalları yaratmaq imkanları əldə etdilər. Lakin bu o demək deyil ki, bu gün əmtəə istehsalçıları təsərrüfatın material təminatı ilə əlaqədar xərclərin uçotunu aparmadan, nomenklatur üzrə sifarişlərin dəqiq icra edilməsi imkanlarını nəzərə almadan, material resurslarının az-çox qənaətli hesab edilən nəqliyyat növü ilə daşınması, anbarlaşdırma, ehtiyatların yaradılması və onlara nəzarət strategiyalarının işlənilib hazırlanması kimi məsələləri diqqət mərkəzində saxlamadan bazar yönümlü məhsul istehsalını öz-özünə həll edə, ödəyə bilərlər. Bunun üçün onların əlində informasiyaların operativ alınması və ötürülməsinə imkan verən etibarlı kommunikasiya vasitələri olmalıdır. Belə bir şəraitdə təsərrüfat fəaliyyətinin logistik idarəedilməsinin əhəmiyyəti artır.

Deməli, bazar iqtisadiyyatı və onu genetik əsasları bir daha sübut edir ki, bu iqtisadi sistemdə mühüm rol oynayan və onun əsas həlqələrindən biri olan sahibkarlıq firmaları özlərinin korporativ missiyalarının həyata keçirilməsi və qarşılıqlı qoyduqları məqsədlərə nail olmaları üçün marketinq və menecmentin bazasında güclü təsərrüfat mexanizminə malik olmalıdırlar. Bazar uğrunda rəqabət mübarizəsinin gətdikcə kəsinləşdiyi bir mərhələdə – resurs mərhələsində istər istehsal vasitələri və xalq istehlakı malları bazarı, istərsə də topdansaş bazarının hər bir subyekti material resurslarının tədavül sferasında səmərəli idarəedilməsini həyata keçirmək üçün logistikaya böyük ehtiyac duyurlar.

Logistik idarəetmə metodlarından geniş istifadə edən firma və şirkətlər material axınlarının idarəedilməsi sahəsində yeni istiqamət hesab olunan və «məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin idarəedilməsi» adlanan nəzəriyyəyə daha çox üstünlük verirdilər. Çünki, müstəqil məhsul istehsalçıları bazar tələbindən asılı olmayaraq əmtəəlik məhsul istehsalı zamanı ikili xarakterə malik rəqabətlə



üzləşirdilər. Birincisi, bazar üçün nəzərdə tutulan məhsulların istehsalına lazım olan xammal, material və dəstləşdirici məmulatların əldə edilməsi zamanı optimal satış şəbəkələrinin qiymətləndirilməsində mövcud çətinliklər və analogi məhsul istehlakçılarının istifadə etdikləri metod və üsullar, xüsusilə qiymət faktoru ilə əlaqədardır. İkincisi isə hazır məhsulların reallaşdırılması zamanı meydana çıxan problemlərlə – xüsusi satış şəbəkəsinin olmaması, satış şəbəkələrinin saxlanmasına çəkilən xərclərin yüksək olması, bu şəbəkələrdə məhsulların reallaşdırılması imkanlarının məhdudluğu, məhsulların bazar tələbinə tam cavab verməməsi, keyfiyyətin aşağı olması və s. ilə bağlıdır. Buna görə də istehsalçı firma və şirkətlər bu nəzəriyyə ilə bağlı dövrü mətbuat, xüsusi tədqiqat, elmi konfrans materiallarından kifayət qədər bəhrələnməklə hazır məhsul axınlarının çox saylı bölüşdürücü şəbəkələrdə hərəkətini - fiziki bölüşdürülməsi və onun idarəedilməsini həyata keçirirdilər.

Sözün tam mənasında, logistika məhsul istehsalı üçün zəruri olan xammal və materialların əldə edilməsi üsullarının öyrənilməsi, tədarükat bazarlarının tədqiqi, məhsulgöndərənlərin qiymətləndirilməsi və seçilməsi mərhələsindən başlamış bu əsasda məhsul istehsalının təşkili, ehtiyatların yaradılması, nəqliyyat üsullarının seçilməsi üzrə mərhələlər də daxil olmaqla konkret əmtəəlik məhsulların məqsəd bazarına çıxarılması, bölüşdürmə və satış şəbəkələrinə qədər bütöv bir sistemdir.

Logistikaya verilən bu və ya digər təyinatlardakı müxtəliflik bir sıra səbəblərlə bağlıdır. Bunlardan ən mühümü əksər firmaların məhsulların satışı, nəql edilməsi, anbarlaşdırılması və s. sferalarda həll etməyə cəhd göstərdikləri məsələlərin spesifik xüsusiyyətləri və miqyasındakı müxtəlifliklə əlaqədardır. İkinci səbəb, maliyyə idarəsinin təşkili və idarə edilməsində hər bir ölkənin Milli sistemlərindəki mövcud fərqlərdən, habelə müxtəlif ölkələrdə logistik problemlərin tədqiqat səviyyəsindən ibarətdir. Digər, üçüncü səbəb, logistik sistemlərin ətraf mühitində funksional fəaliyyət istiqamətlərinin çoxnövçülüyü ilə əlaqələndirilir.

Beləliklə, logistika məhsulgöndərənlərdən son istehlakçılara qədər məhsulların istehsal olunması və xidmətlərin göstərilməsilə əlaqədar olan bütün proseslərin

cəhd göstərir. Qeyd etmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatı bütünlüklə həm bölüşdürmə, həm də tədavül sferasının spesifik xüsusiyyətləri baxımından iqtisadi sistemə süni sürətdə qoşulmuş strukturlara qarşı olduqca həssasdır. Bu məntiqdən çıxış edərək belə hökm etmək olar ki, logistika iqtisadiyyatın müasir inkişaf mərhələsinin tələbidir.

Bizim fikrimizcə logistika hər şeydən əvvəl mübadilə sferasında məhsul-yeridilişinin təşkili və həyata keçirilməsindən ibarətdir. Logistik fəaliyyətə isə təsərrüfat əlaqələrinin formalaşdırılması; məhsullara tələbatın müəyyənləşdirilməsi, məhsulgöndərmə və daşımaların operativ idarəedilməsinin əlaqələndirilməsi, məhsul ehtiyatının formalaşdırılması və tənzimlənməsi, anbar təsərrüfatının inkişafı, yerləşdirilməsi və təşkili, komersiya və istehsal xidmətlərinin göstərilməsi kimi funksiyalar aid edilir.

Qeyd edilən bu funksiyalar aşağıda göstərilən bir neçə məxsusi xüsusiyyətləri ilə seçilir:

*Birincisi*, onlar əmtəə mübadiləsi prosesində material axınlarının formalaşdırılması, təşkili, tənzimlənməsi və reallaşdırılması üzrə qarşılıqlı əlaqədə olan kompleks funksiyaları özündə birləşdirir.

*İkincisi*, belə funksiyaların daşıyıcısı kimi bu və ya digər dərəcədə bu prosesdə iştirak edən bütün subyektlər (müəssisə, birlik, təsərrüfat asossasiyaları, konsernlərin təchizat-satış və nəqliyyat xidməti, habelə regionlararası və regional kommersiya-vasitəçi və ticarət təşkilatları) çıxış edirlər. Bu zaman məhsulyeridilişinin təşkilində əlaqələndirici rol adətən nəqliyyat, ticarət, material və enerji resurslarını idarədən strukturlara mənsub olur.

*Üçüncüsü*, göstərilən funksiyaların səmərəli reallaşdırılması meyarı məhsulların yerdəyişməsinə çəkilən məcmu məsrəflər içərisində hər bir elementin ayrı-ayrılıqda minimum xüsusi çəkisi hesab edilir. Çünki, hər bir məsrəf elementi ümumi məsrəf məbləği içərisində əhəmiyyətli xüsusi çəkiyə malikdir. Məsələn, hesablamalar göstərir ki, hazır qara metal prokatının, daş kömürün, dizel yanacağıının, ağac materialların, sementin, yumşaq dam örtüyünün, yanacaq mazutunun və digər

resursların daşınmasına bilavasitə çəkilən məsrəflər 22,7%-dən 64,5%-ə (orta hesabla təqribən 54%); məhsul ehtiyatının yaradılması və saxlanmasına 27%-dən 70,7%-ə (orta hesabla 37,5%), yükləmə-boşaltma işlərinə isə 4,4%-dən 17,1% -ə qədər (orta hesabla 8,5%) təşkil edir.

Logistik idarəetmə metodlarından aktiv istifadə edən qərb ölkələrinin praktik təcrübəsi göstərir ki, material resurslarının ilkin mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər ümumi hərəkətinin 93%-i onların müxtəlif maddi-texniki təchizat kanallarından ötüb keçməsinə, daha doğrusu, əsasən tədavül kanallarında yığılıb qalması və saxlanmasına sərf edilir. Ümumi vaxtın yerdə qalan hissəsinin 2%-ni xüsusi istehsal (hazır məhsul istehsalı), 5%-ni isə nəqliyyat əməliyyatları təşkil edir. Bu ölkələrdə məcmu Milli məhsulun 20%-i bazara məhsulyeridilişi ilə əlaqədar xərclərdən ibarətdir. Buna görə də belə xərclərin quruluşunda material resurslarının saxlanmasına çəkilən xərclər 44%, saxlama və ekspedisiya xərcləri 16%, yüklərin magistral və texnoloji daşınmasına çəkilən xərclər 23 və 9%, hazır məhsulun satışının təmin edilməsinə sərf edilən xərclər isə 8% təşkil edir.

O da nəzərə alınmalıdır ki, hazır və onlara bərabər tutulan məhsulların beynəlxalq bazarlar çərçivəsində yerdəyişməsi ilə əlaqədar icra olunan əməliyyatlar milli bazarlarda anaoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi ilə müqayisədə daha mürəkkəb və çox xərc tutumludur. Başqa sözlə, əgər milli bazarlar çərçivəsində bu əməliyyatlara sərf olunan xərclər idxal-ixrac məhsullarının satış dəyərinin 8-10%-ni təşkil edərsə, beynəlxalq bazarlar üzrə bu rəqəm müvafiq olaraq 25-35%-dir. Lakin digər tərəfdən inkişaf etmiş qərb ölkələri ilə müqayisədə respublikamızda material resurslarının saxlanmasına orta hesabla 6,5% az, saxlanma və ekspedisiyasına, daşınmasına, ölkəmizdə 22% çox xərc sərf edilir. Bu isə növbəsində məhsulötürücü şəbəkələrin inkişaf etməməsini əyani sübütüdür.

Müasir şəraitdə məhsul istehsalçıları qarşısında duran ən vacib problem istehlakçı tələbini dolğun ödəməklə yüksək bazar mənfəətinə nail olmaq üçün istehsal məsrəflərini və məhsulların tədavül sferasında saxlanması və hərəkəti ilə bağlı

xərclərin azaldılmasından ibarətdir. Əgər inkişaf etmiş bazar münasibətləri sistemində hər bir istehsalçı «ilkin hesablama – müvafiq bazar mənfəəti – istehlakçı» prinsipini mütəmadi olaraq özünün fəaliyyət kredosuna çevirirsə, onda material resurslarının əlverişli və optimal idarədilməsi forması hesab edilən logistikanın potensial gücü məhz bu prinsipin yerinə yetirilməsinin təmin olunmasına yönəldilməlidir.

Ekspert qiymətləndirmələrinə görə logistik idarəetmə metodlarının geniş tətbiq edilməsi:

- məhsulların hərəkət müddətinin 25-30% ixtisar edilməsinə;
- istehlakçılarda ehtiyatların səviyyəsini 30-50% azaldılmasına;
- tək-cə məhsulların hərəkəti üzrə məcmu məsrəflərin ancaq bir hissəsini təşkil edən yükdaşıma tariflərini deyil, yüklərin gətirilməsi və aparılması üzrə bütün məsrəflərin kompleks uçotunun təmin edilməsinə;

- nəqliyyat bölmələrinin işinin yaxşılaşdırılmasından daha çox təchizat, satış və məhsuldaşımalar üzrə kompleks işlərin yerinə yetirilməsi ilə bağlı nəqliyyat xidmətinin səviyyəsini yüksəldilməsinə imkan verir.

Deməli, kommertiya fəaliyyəti sahəsində logistika məhsulların həm istehsalı, həm də tədavül sferasında hərəkətinin təşkilində yeni istiqamətdir. Ona görə də tədavül xərclərinin azaldılması və vaxtın qısaltılması baxımından logistika idarəetmə metod və prinsiplərindən geniş istifadə edilməsi daha məqsədemüvafiqdir. Tədavül xərclərinin azaldılması və vaxtın qısaltılması ilk növbədə material resursları üzrə anbar ehtiyatlarının həcmnin azaldılması və məhsulqön-dərmələrin sürətləndirilməsi hesabına formalaşır.

Logistikanın makroiqtisadi cəhəti təkrar istehsal prosesinin təşkilində ümumi vaxtın 95-98% və resursların isə 40%-nin sərf edildiyi tədavül sferasında məsrəfləri azaltmaqla ictimai istehsalın səmərəliliyini yüksəltməkdən ibarətdir. Praktiki olaraq məsrəflərin azaldılması yollarının axtarılması aşağıdakı istiqamətlər üzrə həyata keçirilir:

- hazır məhsul satışı, başlıca olaraq istehsal yerlərinin, ayrı-ayrı bazarların, o cümlədən topdansatış bazarlarının maddi təminatı ilə bağlı idarəetmə proseslərinin təşkili və təkmilləşdirilməsi;

- marketing fəaliyyətinin, eləcə də məhsulgöndərənlər, istehlakçılar və vasitəçi strukturlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin yaxşılaşdırılması yolu ilə təsər-rüfat əlaqələrinin optimallaşdırılması;

- material resurslarının hərəkət texnologiyasında müsbət dəyişikliklərin yaradılması və s.

Burada əldə olunan nəticə ondan ibarətdir ki, logistika ayrı-ayrılıqda istər maddi-texniki təchizatın, istərsə də yükdaşımaların yaxşılaşdırılması üzrə həyata keçirilən tədbirlərdən daha çox istehsal və tədavül sferasında baş verən iqtisadi proseslərin və yerinə yetirilən bütün fəaliyyət növlərinin kompleks formada yaxşılaşdırılmasına istiqamətlənib.

Logistik yanaşmaların malik olduğu bütün imkanlar yalnız və yalnız bazar iqtisadiyyatının məhsuludur. Bu, hər şeydən əvvəl onunla izah edilir ki, tələbin təklifi üstələdiyi bir şəraitdə məhsulgöndərmə şərtləri məhsulgöndərənlər tərəfindən dikte olunur. Belə bir vəziyyətdə satıcı xərclərin minimumlaşdırılmasına imkan verən və potensial alıcı kateqoriyasının genişlənməsini təmin edən şəraitin yaradılması üçün daha çox maraqlı olur. Təklif tələbi üstələdikdə isə istehlakçılar məhsulgöndərənləri seçmək imkanı əldə edirlər. Və o, satıcı və ya məhsulgöndərən məhsullarını reallaşdırma bilir ki, onlar istehlakçıların bütün tələblərini yerinə yetirməyə qadir ola bilsin. Bu zaman praktiki olaraq yüksək potensiala malik olan logistika güclü firmaların əlində riskə yol vermədən material resurslarının saxlanması ilə əlaqədar xərclərin ödənilməməsi baxımından ehtiyatların yenidən bölüşdürülməsinə şərait yaradan vasitəyə çevrilir.

Beləliklə, bizim fikrimizcə logistikanın tətbiqi bir tərəfdən firma və şirkətlərin malyeridilişi ilə əlaqədar vaxt və maliyyə məsrəflərinin azaldılmasına səy göstərmələri ilə əsaslandırılırdısa, digər tərəfdən əsasən aşağıdakı iki:

- bazar münasibətlərinin mürəkkəbləşməsi və məhsulların bölüşdürülməsi prosesinə kəmiyyət və keyfiyyət baxımından yüksək tələbkarlıq;

- çevik istehsal sistemlərinin yaradılması kimi amillərlə müəyyənləşir.

Deməli, logistikanın tətbiq imkanlarının genişləndirilməsi əhəmiyyətli dərəcədə istehsal strategiyasında və malyeridilişi sistemində mühüm dəyişikliklərlə müşahidə olunan satıcı bazarından alıcı bazarına keçidlə əlaqəlidir. İstehsalçıların istehlakçılara icbari formada təhkim edilməsi, resursların ciddi və sərt mərkəzləşdirilmiş qaydada «bölgüsü» prinsipinə əsaslanan totalitar təsərrüfatçılıq, inzibati-amirlik sistemində bu və ya digər məhsulun istehsalına qərarın verilməsi onun satış siyasəti ilə uzlaşdırılmırdı. Yəni, satış siyasətinin işlənməsi bir qayda olaraq məhsul istehsalından sonra gəlir və onun təşkili istehsalın diktəsi - hökmü ilə həyata keçirilirdi. Lakin təsərrüfat subyektləri üçün fəaliyyət azadlığı təmin edən bazar iqtisadiyyatı şəraitində məhsul satışı bazarının həcmi və quruluşundan asılı olaraq məhsul istehsalına qərarların verilməsi və ya istehsal proqramının formalaşması qəti şəkildə satış strategiyasının tələblərinə uyğun həyata keçirilir. Odur ki, ciddi rəqabət şəraitində alıcıların (istehlakçıların) maraqlarına uyğunlaşmaq, ona «köklənmək» öz növbəsində məhsul istehsal edən müəssisə və firmalardan bu şərtlərə adekvat cavab verilməsini tələb edir. Dəyişkən xarakterli bazar tələblərinə çevik reaksiya verən istehlakçılar nəticə etibarilə xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, istehlakçı sifarişlərinin yerinə yetirilməsinə sərf edilən vaxtın azaldılması və müvafiq formada razılaşdırılmış məhsul göndərmə qrafiklərinə şərtsiz riayət edilməsinə nail olurlar. Belə bir şəraitdə, bütün bunlarla yanaşı, vaxt amili məhsulun qiymət və keyfiyyət amilləri ilə bərabər istehsalçı firmaların müasir bazarda fəaliyyət göstərmələrini müəyyənləşdirən əsas faktora çevrilir.

## **1.2. Tədarükətin idarəedilməsinin logistik mahiyyəti və obyektiv zəruriliyi**

Müasir logistik sistemləri quran zaman firmanın ümumi idarəetmə strukturunda logistik menecmentin yeri və onun menecmentin digər sahələrilə qarşılıqlı

əlaqələrinin müəyyən edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Logistik menecmentin spesifik xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o həm strateji, həm də taktiki (operativ) məqsəd və vəzifələr baxımından material resurslarının tədarükəti, hazır məhsulun istehsalı və fiziki bölüşdürülməsinin idarə edilməsi proseslərində menecmentin bütün funksional (investisiya, innovasiya, istehsal, maliyyə, informasiya, heyətin idarə edilməsi) sahələrilə birbaşa əlaqəlidir. Əksər hallarda praktiki fəaliyyət zamanı logistik menecmentlə menecmentin digər, xüsusilə də istehsal, investisiya, maliyyə və informasiya sahələrinin fəaliyyət sferası arasında fərqi müəyyənləşdirmək olduqca mürəkkəb olur. Buna görə də adətən, firmanın idarəetmə ierarxiyasının ən yüksək səviyyəsində logistik menecmentin əsasən koordinasiya və inteqrasiya funksiyalarını və onların icra mexanizmini xüsusi olaraq diqqət mərkəzində saxlamaq lazım gəlir.

Mövcud iqtisadi şəraitdə logistik menecmentin əsas vəzifəsi firmanın (müəssisənin) strateji məqsədlərinin yerinə yetirilməsinə yardımçı olmaq və rəqabət üstünlüklərini təmin etməkdən ibarətdir. Dünya iqtisadiyyatında rəqabət üstünlüklərini təmin edən əsas amillərə:

- məhsul və xidmətlərin keyfiyyət səviyyəsinə görə liderlik;
- məsrəflərin səviyyəsinə görə liderlik;
- məhsulların differensiasiyası;
- strateji fokuslar aid edilir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində keyfiyyətlə əlaqədar bütün problemlərin dəqiq və hərtərəfli öyrənilməsi onun (keyfiyyətin) firma və ya müəssisənin tədarükəti və istehsal siyasətinin tərkib hissəsi olması ilə əlaqədardır. Kəskin rəqabət mübarizəsi şəraitində firmaların iqtisadi inkişafını şərtləndirən amillərdən biri də məhsul keyfiyyətinin elmi əsaslarla, sistemli şəkildə idarə edilməsinə nail olmaqdır. Bu, müasir dünya bazarının səciyyəvi əlamətlərindən və onun istehsalçılar qarşısında qoyduğu tələblərdən biridir.

İstehsalçı firmaların keyfiyyət üzrə siyasətinə, onların məhsuluna bazardakı

tələbatın kəmiyyəti də həlledici dərəcədə təsir göstərir. Əlbəttə, istehsalçı öz məhsulunu istehlakçını qane edən qiymətə, tələbin kəmiyyətcə dəyişməz qaldığı müddətdə reallaşdırma bilər. Lakin bazarda tələb dəyişkənliyindən xəbərsiz, ya da bu barədə etibarlı informasiyalara malik olmayan istehsalçı nəticə etibarlı ilə, çox böyük maliyyə itkiləri ilə üzləşə bilər. Çünki bazarın tələbini bilməyən firma (müəssisə) istehsal imkanlarını bazar konyukturasına uyğunlaşdırma bilməz. Daha doğrusu, bazara işləyən firma (müəssisə) məhsulun keyfiyyətinə təsir edə bilən həm istehsaldaxili, həm də xarici amilləri mütəmadi olaraq izləməli, məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsinə daima səy göstərməlidir.

Keyfiyyətin idarə edilməsindən son məqsəd az məsrəflə və səmərəli yolla məhsulun istismar və istehlak xassələrini istehlakçıların tələbi səviyyəsinə qaldırmaqla gəlir əldə etməkdir.

Keyfiyyətin idarə edilməsi bəsit deyil, çoxmilli, bir – birilə şərtləşən çoxmərhələli bir prosesdir. O, məhsulun layihələndirilməsi, müqavilələrin bağlanması, istehsalçı və istehlakçıların davranışları, istifadə ediləcək avadanlıqların və materialların müəyyənləşdirilməsi, tətbiq ediləcək texnoloji istehsal üsulu, sınaq, hazır məhsulun qablaşdırılması və qorunması və s. işlərin ciddi şəkildə izlənməsinə yönəldilmiş fəaliyyətdir. Bunun üçün də məhsulun keyfiyyət səviyyəsinə görə bazar liderliyinə nail olmaq üçün istər istehsal, istərsə də istehlak mərhələlərində zəruri keyfiyyət xassələrini müəyyən etmək və ona təminat yaratmaq lazımdır.

Məlumdur ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində firma və müəssisələr daima olaraq «məskunlaşdığı» seqmenti nəinki mühafizə etmək məcburiyyətində qalır, həm də onu genişləndirmək üçün cəhdlər göstərir. Bunun üçün o, təklifin tərkib müxtəlifliyini tələbin uyğun göstəricisi ilə tarazlamağa cəhd etməli, diversifikasiyası prosesinə meyilli olmalıdır, çünki, əks halda tutduğu seqmentdən sıxışdırıla bilər. Lakin bununla yanaşı, özünün məhsul nomenklaturasını, çeşid və tip – ölçülərini genişləndirməklə başqa bir çətinliklə qarşılaşır. İstehsalın diversifikasiyası ixtisaslaşdırma ilə uzlaşdırılaraq artırılırsa, bu, çeşidin genişliyi qədər onların hər



birinin eyni funksiyalı, lakin müxtəlif ölçülü hissələrinin müxtəlif standartlarla istehsalını zəruri edir. Yarana biləcək çətinliyin qarşısını almaq üçün istehsal nəzərdə tutulan hər tip - ölçüdə olan avadanlıq və maşınların konstruksiyasına daxil olan müvafiq komponentlərin eyniləşdirilməsi, vahid standart əsasında istehsalı həyata keçirilir. Əgər bu ayrılıqda götürülən hər bir tip – ölçünün keyfiyyətinə xələl gətirmirsə, deməli, standartlaşdırma əsasında aparılan həmin texniki – təşkilati tədbir firmanın rəqabət qabiliyyətini möhkəmləndirir. Çünki, bu halda firma özünün məhsul çeşidini genişləndirməsinə baxmayaraq onlardan hər birinin zəruri keyfiyyətdə istehsalına nail ola bilər.

Strateji fokus firmaların malik olduğu potensial imkanları müəyyən strateji istiqamətə yönəltməklə satış bazarının bir və ya bir neçə segmentində rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsinə göstərilən səylərdən ibarətdir. Daha doğrusu, digər istehsalçı firmalar (müəssisələr) tərəfindən idarəçilik, istehsal, marketinq, biznes və s. fəaliyyətlər üzrə toplanmış təcrübədən bəhrələnməklə bir – birilə əlaqədar olmayan çoxlu sayda məhsulların istehsal edilməsi (xidmətlərin göstərilməsi) üçün firmanın (müəssisənin) fəaliyyət sferasının genişləndirilməsidir.

Bu deyilənlərdən belə qənaətə gəlmək olar ki, logistika üçün mənfəətliyin (utilit) yerə və vaxta görə təmin edilməsi fundament – baza hesab olunur. Qeyd edildiyi kimi əsas açar logistik funksiyalardan biri hesab edilən nəqliyyat material resurslarının və hazır məhsulun yarandığı və ya istehsal olunduğu yerdən bu məhsullara tələbin aşkar edildiyi, mövcud olduğu yerə zəruri vaxt intervalında daşınmasından ibarətdir. Əgər tələb olunan material resursları istehsalçı firma (müəssisə) tərəfindən istehsal proqramına və məhsulun hazırlanması texnologiyasına müvafiq qaydada, vaxtı-vaxtında və tələb olunan məhsul göndərmə qrafikləri üzrə alınmazsa, onda istehlakçı tələbinin vaxtında və lazımı yerdə ödənilməsilə bağlı problemlər yarana bilər. Daha doğrusu, yerə və vaxta görə mənfəətlik o zaman təmin edilir ki, hər bir istehsalçı hazır məhsul istehsalı üçün lazım olan ilkin material resurslarını optimal nəqliyyat marşrutlarını və potensial məhsul göndərənləri seçməklə

tədarükat bazarlarından vaxtında almağa müvəffəq olsun və bununla da hazır məhsulları satış bazarlarına tələbin aşkar edildiyi vaxtda çatdırıbilsin. Bu baxımdan logistika marketinqin fiziki sərhədlərini genişləndirir və uyğun olaraq hazır məhsullara lazımi yerə vaxtında çatdırılmasına görə onun dəyərini artırır.

İstehlakçı üçün əlverişli olan məhsul və ya xidmətlər öz-özlüyündə deyil, yalnız və yalnız onlara tələbat yarandığı, ehtiyac duyulduğu anda lazım olur. Logistik menecment satış funksiyasını yerinə yetirən zaman istehlakçılara hazır məhsulları tələb olunan vaxtda göndərməklə (xidmətləri göstərməklə) vaxta görə mənfəətliyə nail olur. Logistik sistem daxilində vaxta görə mənfəətlik bölüşdürmə şəbəkələrində yaradılan bu və ya digər növ maddi ehtiyatlar və onların optimal səviyyəsi, habelə məhsulların (xidmətlərin) strateji baxımdan istehlak məntəqələrinə yaxın yerləşdirilməsi hesabına təmin edilir. Müəyyən hallarda vaxta görə mənfəətlik məhsulların tələb olunan yerlərə təcili çatdırılması nəticəsində də yaradıla bilər. Məsələn, məhsulların istehlak yerlərində anbarlaşdırılması üzrə logistik əməliyyatların hava nəqliyyatı ilə əvəzlənməsi məhsullara vaxta görə mənfəətlik xarakteri verir.

Beləliklə, vaxta və yerə görə logistik mənfəətliyə o halda nail olmaq olar ki, məhsul və xidmətlərə konkret bazar və ya onun müvafiq segmenti tərəfindən tələbat paketi formalaşmış olsun.

Digər tərəfdən logistikanın biznesdə oynadığı rol hər şeydən əvvəl marketinq vasitəsilə həyata keçirilən sahiblik üzrə mənfəətdən də asılıdır. Bu tip mənfəətlik reklam və bazara malyeridilişi ilə əlaqədar müəyyən strateji və taktiki marketinq fəaliyyətinin aparılması nəticəsində yaranır. Bazara malyeridilişini – firmanın məhsul alıcıları ilə birbaşa və ya vasitəçilərin köməyi ilə əlaqələr yaratmasına səy göstərməsi kimi də səciyyələndirmək olar. Sahiblik üzrə mənfəətin iqtisadi mahiyyəti ondan ibarətdir ki, logistik sistemin digər iştirakçılarından fərqli olaraq firma məhsulların ilkin mərhələdən son təyinat məntəqəsinə qədər hərəkəti zamanı (reklam, bazara malyeridilişi, məhsulların fiziki bölüşdürülməsi, servisin təşkili və s.) öz məhsullarına görə cavabdehlik məsuliyyəti daşıyır, bu məhsulların tədavül kanallarından maneəsiz

və tez keçməsinə çalışır. Daha doğrusu, istənilən mərhələdə firmanın öz məhsullarına cavabdehlik məsuliyyəti daşması, məhsulların «taleyi» ilə maraqlanması ona nəzərdə tutulan bazar mənfəətini təmin edir. Başqa sözlə, məhsulların qablaşdırma, markalanma, nəqləmə, anbarlaşdırma, çeşidlərinə ayrılma, istehsal istehlakına hazırlanma və s. mərhələlərdə məruz qaldığı fiziki – kimyəvi proseslər və bu mərhələlərin hər birində logistik iştirakçıların məhsullara münasibəti firmanın diqqət mərkəzində olmalı və firma bazar situasiyalarından asılı hər bir konkret hal üçün marketinqin müvafiq strateji və ya taktiki idarəetmə prinsiplərini tətbiq etməlidir. Yalnız belə bir logistik yanaşmadan istifadə edən istehsalçı firmalar biznes fəaliyyətlərində müvəffəqiyyətlərə nail olurlar.

Qeyd edilənlər onu deməyə əsas verir ki, təsərrüfat subyektlərinin rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi konkret olaraq tədarükat siyasətinin işlənilib hazırlanması və onun həyata keçirilməsi strategiyasının düzgün seçilməsindən, daha doğrusu, istehsal proqramı, hazır məhsul satışı və material resurslarına tələbatın müəyyənləşdirilməsi kimi tədbirlər arasında əlaqənin təşkili səviyyəsindən birbaşa asılıdır. Başqa sözlə, tədarükat işlərinin vaxtında aparılması satış üzrə proqnozların hazırlanmasına əsaslanmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatının əsas məqsədi və hərəkətverici qüvvəsi, onun ilkin və son nöqtəsi yüksək bazar mənfəəti əldə etməkdən ibarətdir. Buna görə də hər bir məhsul istehsalçısı, istehsal vahidi istehsal yerlərinin yüksək keyfiyyətli xammal, material və dəstləşdirici məmulatlarla tə'min olunmasına və hazır məhsulların satışının səmərəli təşkilinə çalışmalıdır. İstehsal yerlərinin material resursları ilə zəruri kəmiyyətdə və vaxtda tə'min edilməsi mülkiyyət formasından və tabeçilik əlamətindən asılı olmayaraq hər bir istehsalçı firma və ya müəssisənin sərbəst fəaliyyət sahəsi hesab edilməklə *tədarükat* işi adlanır. Tədarükat işinin normal təşkili istehsalçı firma və ya müəssisədə maddi-texniki təchizat xidmətini həyata keçirən şöbələrin mütəşəkkillik səviyyəsindən asılıdır. Çünki maddi-texniki təchizatın düzgün təşkili bir tərəfdən müəssisəyə lazım olan material resurslarının alınması üçün əlverişli tədarükat

bazarlarının müəyyənləşdirilməsinə, digər tərəfdən isə material resurslarının istehsal ehtiyatı formasında qalması vaxtının qısaldılmasına səbəb olur.

Beləliklə, tədarükat logistikası logistik sistem daxilində yerinə yetirilən ilk logistik əməliyyat olmaqla xammal, material və dəstləşdirici mə'mulatlara, eləcə də ehtiyat hissələrinə tələbatın dəqiq müəyyənləşdirilməsi mərhələsindən başla-yaraq, hesablanmış tələbatın seçilmiş tədarükat bazarından əldə edilməsi, istehsalçı firmaların daxili anbarlarına çatdırılması mərhələsinə qədər həyata keçirilən əməliyyatlar kompleksidir. Tədarükat logistik əməliyyatların əsasını təşkil edir.

Müasir iqtisadi şəraitdə tədarükat işinin təşkili bir sıra köklü keyfiyyət dəyişikliklərinə məruz qalmışdır. Uzun illər məhsulları «resurs-bölgü» prinsipi üzrə həyata keçirən iqtisadiyyatın idarə edilməsinin mərkəzləşdirilmiş planlaşırma sistemi, təsərrüfat subyektləri üçün qeyri-bərabərlik və ciddi dövlət qiymətlərini müəyyənləşdirməklə istehsalçıların istehlakçılara direktiv qaydada təhkim edilməsinə, məhsulgöndərmələrin ciddi reqlamentləşdirilməsinə əsaslanırdı. Təbii ki, təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi müstəqilliyini tə'min edən və onların kom-mersiya fəaliyyəti üçün əlverişli şərait yaradan bazar iqtisadiyyatında məhsulların tədarükatı və bölgüsü ən'ənəvi sistemdən fərqli olaraq əsaslı keyfiyyət dəyişikliklərinə məruz qalmışdır. Məhz bazar iqtisadiyyatı tədarükat üzrə tərəfdaşların azad seçilməsi, onların bərabər hüquqluğunun tə'min edilməsi, tədarükat mənbələrinin çoxluğu, məhsulgöndərmə üzrə müqavilə və ya kontraktlar sisteminin rolunun artması, məhsulgöndərmə proseslərinin öz-özünə tənzimlənməsi, qiymətlərin liberallaşdırılması, istehsalçı və istehlakçı, eləcə də məhsulgöndərən vasitəçi firmalar arasında rəqabət mühitinin olması, tərəflərin cavabdehlik məsuliyyətlərinin, təşəbbüskarlıqlarının və işgüzarlığının artması ilə xarakterizə olunur.

Firmaların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin mühüm şərtlərindən biri – istehsal üçün lazım olan materialları, onların əldə edilməsi və göndərilməsinin əlverişli üsullarını tapmaqdan ibarətdir. Bunun üçün ilk növbədə optimal tədarükat və məhsulgöndərmə ilə bağlı olan işlərin mahiyyətini aşkar etmək lazımdır. Tədarükat

prosesinin əsas məqsədi istehsal sahələrinin bu və ya digər materiallara olan tələbinin maksimum səmərəli ödənilməsindən ibarətdir. Tələbin səmərəli ödənilməsi isə bir sıra vəzifələrin yerinə yetirilməsi ilə şərtləşir. Ümumi şəkildə bu vəzifələri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

1.İstehsal sahələrinin və ya yerlərinin əsas xammal və materiallara, yarımfabrikatlara, habelə dəstləşdirici məmulatlara real tələbini müəyyənləşdirmək.

2. Əsas xammal və materialların, dəstləşdirici mə'mulatlardan tələb olunan zəruri vaxtda tədarükünü (bir tərəfdən materialların müəyyən edilmiş zəruri vaxtdan əvvəl alınması dövrüyyə fondlarının iqtisadi gərginliyini artırır, digər tərəfdən isə məhsul istehsalı üçün lazım olan materialların istehsal proqramında nəzərdə tutulan vaxtdan gec alınması bu proqramın pozulmasına və ya onda müvafiq dəyişikliklərin əmələ gəlməsinə səbəb olur) həyata keçirmək.

3. Xammal, material və dəstləşdirici mə'mulatlardan sifariş üzrə tələb olunan həcmi ilə göndərmə və ya kəmiyyətə qəbulu arasında mütənasibliyi, uyğunluğu təmin etmək. Sifariş normasından artıq material və dəstləşdirici mə'mulatlardan qəbul edilməsi normadan artıq və lüzumsuz mal-material qiymətlilərinin yaranmasına və bu əsasda müəssisənin maliyyə vəsaitlərinin istehsal ehtiyatları şəklində dondurulmasına şərait yaradır. Tələb olunan həcmdən az göndərmələr və ya qəbul etmələr isə müəssisənin istehsal fəaliyyətinə birbaşa neqativ təsir göstərərək onun bazar payını azaldır, bu müəssisənin bazarda normal təsərrüfat tərəfdaşına çevrilməsinə maneçilik törədir. Bu baxımdan normal fəaliyyət göstərən müəssisələr özlərinin məhsul istehsal proqramlarına uyğun olaraq tədarük təşkilatları tərəfindən göndərilmiş materialların həm kəmiyyətə, həm də keyfiyyətə qəbul edilməsi işinə çox ciddi yanaşmalıdırlar.

Qeyd edilən vəzifələrin yerinə yetirilməsi hər şeydən əvvəl mövcud bazar qiymətləri ilə alınacaq lazımi material resurslarının zəruri tələbat çərçivəsi daxilində seçilmiş tədarük bazarlarında və ya onun müvafiq segmentində axtarılması və alınması prosesinin məqsədyönlü formada təşkil edilməsindən bilavasitə asılıdır. Bazarın kompleks tədqiqi və öyrənilməsi zamanı ayrı-ayrı bazar subyektlərinin –

firma və şirkətlərin xüsusi şöbələri sifariş etdikləri və ya göndərəcəkləri materialların qiymət amilinə xüsusi diqqət yetirməklə bərabər digər amilləri, məsələn mümkün logistik xərclər, sifariş və məhsulgöndərmələrin həcmi və müddəti, müəssisənin maliyyə vəziyyəti, onun bazar dayanıqlılığı, işçilərin sosial vəziyyəti, onların işə yaradıcı münasibəti, nəqliyyat vasitələri və onlardan istifadə səviyyəsi, anbar təsərrüfatının təşkili problemləri, bazara mal yeridilişi və satış kanallarının seçilməsi məsələlərini də nəzərdən qaçırmamalıdırlar.

İstehsal vasitələrini topdansatış ticarəti vasitəsilə əldə edən ayrı-ayrı istehlakçı müəssisələr üçün bu səpkili işlərin həyata keçirilməsi müəyyən kəmiyyətdə tədavül xərcləri və bu xərclərin dəqiq uçotunun aparılmasını tələb edir. İstehsalın material təchizatı ilə əlaqədar olan tədavül xərclərinin əmək və kapital tutumlu sahələrdə ümumi istehsal məsrəflərinin səviyyəsinə təsir dərəcəsi iqtisadiyyatın digər – xüsusi olaraq material tutumlu sahələri ilə müqayisədə o qədər də böyük olmadığını nəzərə alsaq, xammal və materialın əldə edilməsinə çəkilən məsrəflər dəqiq hesablanmalıdır. Çünki bu hesablamaların yerinə yetirilməsi məhsul istehsalı və son məhsulun satışı üzrə siyasəti və onların reallaşdırılması strategiyasını müəyyənləşdirməyə imkan verir.

Qərb ölkələrində tədarükat fəaliyyətini müntəzəm olaraq həyata keçirmək üçün bir sıra ümumi qaydalar və tövsiyələr işlənib hazırlanmışdır. Bütün bazar subyektləri tərəfindən qəbul edilən bu qaydalar və tövsiyələr öz növbəsində məhsulgöndərənlər və bank sferası ilə münasibətləri əhəmiyyətli şəkildə asanlaşdırmaqla məhsul istehsalı prosesini sadələşdirir, texnoloji avadanlıqların məhsuldarlığını artırır və sağlam rəqabət üçün əlverişli şərait yaradır. Başqa sözlə, işlənib hazırlanmış qaydalar və tövsiyələr özlərində tədarükat üzrə tərəfdaşlığın etik normalarını əks etdirirlər. Qeyd edilənləri qısa şəkildə formalaşdırsaq belə nəticəyə gələ bilərik ki, bütün bərabər şərtlər daxilində yüksək və məhsuldar məhsul istehsalının əsasını bir tərəfdən ayrı-ayrı sahibkarlar, digər tərəfdən isə kreditorlar və məhsulgöndərənlər arasında normal iqtisadi münasibətlər təşkil edir. Bu baxımdan tədarükat logistikasında məhsulgön-

dərənələr mühüm rol oynadıqlarından onlarla iqtisadi münasibətlərin qurulmasında aşağıdakı əsas prinsiplərə riayət olunmalıdır:

- məhsulgöndərənlərlə firmanın (şirkətin) müştəriləri kimi davranmalı;
- işdə ümumi iqtisadi mənafehlərin və ya maraqların üst-üstə düşməsinə nail olunmalı;
- məhsulgöndərənləri firmanın məqsəd və vəzifələrilə tanış etməli və onların işgüzar təsərrüfat fəaliyyətlərindən xəbərdar olmalı;
- məhsulgöndərənlərdə məhsul alınması və göndərilməsilə bağlı problemlər yarandıqda onların həll edilməsi üçün əzmkarlıq nümayiş etdirməli;
- firmanın (şirkətin) qəbul etdiyi müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə riayət etməli;
- məhsulgöndərənlərin təsərrüfat praktikasında mövcud maraqlarını nəzərə almalı;
- işgüzar aləmlə imkan daxilində sabit əlaqələr yaradılmalı və bunlar qorunub saxlanmalıdır.

Logistik dövrənin «tədarükət» mərhələsində optimal fəaliyyətə təkcə yuxarıda qeyd edilən xarici amillər deyil, eyni zamanda firmanın (şirkətin) struktur bölmələri arasında iqtisadi kompromislərin axtarılıb tapılması da təsir göstərir. Belə ki, tədarükət işinin həyata keçirilməsi ilk növbədə firmanın (şirkətin) bazar siyasəti ilə təyin edildiyindən onlar bazarın tələbinə uyğun məhsul istehsalına başlamaq üçün ilkin olaraq özlərinin müvafiq növ xammal və materiallara tələbatlarını müəyyənləşdirməlidirlər. Tələbatın müəyyənləşdirilməsini firma (şirkət) səviyyəsində maddi-texniki təchizat şöbələri yerinə yetirdiklərindən onlar bu sahədə «təchizat strategiyası» hazırlayırlar. Firmanın təşkilati strukturundan və maliyyə vəziyyətindən asılı olaraq seçilmiş strategiyanın reallaşdırılması ilə bir qayda olaraq marketoloqlar məşğul olurlar. Sonrakı mərhələlərdə tədarükət bazarı seçilir, seçilmiş tədarükət bazarında məhsulların alınması üçün maliyyə imkanları səfərbər edilir. Daha doğrusu, seçimin reallaşdırılmasına lazım olan maliyyə vəsaitlərinin kəmiyyəti və onların

ödənilməsi mənbələri (xüsusi və ya cəlb edilmiş) müəyyənləşdirilir. Firmanın mühasibatlığı isə məhsul-göndərənlərlə hesablaşmanın forma və metodlarını dəqiqləşdirdikdən sonra sanki xammal və materialların tədarükatına və eyni zamanda məhsul istehsalına start vermiş olur. İstehsal proqramının tələbinə uyğun olaraq alınmış xammal və materiallar təchizat şöbəsinin mərkəzi anbarlarından birbaşa və əksər hallarda sexlərarası anbarlardan istehsal yerlərinə ötürülür. Burada istehlakçıların tələblərini ödəyə biləcək müxtəlif sinfə, eləcə də bu sinif daxilində müxtəlif qrupa və növə malik məhsullar istehsal edilməklə hazır məhsul anbarlarında yerləşdirilərək bölgü kanalları vasitəsilə alıcılara çatdırılır. İcra edilən əməliyyatların yerinə yetirilmə ardıcılığı bir daha təsdiq edir ki, firmanın struktur bölmələri ümumi logistik dövrənin ayrı-ayrı hissələri olmalarına baxmayaraq ümumi məqsədə:

- az logistik xərclərlə yüksək bazar mənfəəti əldə etmək;
- istehsal, satış və hazır məhsul ehtiyatlarının səviyyəsini optimal həddə çatdırmaq;
- normadan artıq material qiymətlilərinin yaranmasına yol verməmək;
- sifarişləri vaxtı-vaxtında yerinə yetirmək;
- firmanın istehsalçı müəssisə kimi imicini yüksəltmək;
- normal logistik servis xidmətləri göstərmək üçün logistik sistemin elementləri olaraq tamlıq, bütövlülük, qarşılıqlı əlaqə və keyfiyyət kimi xassələrə malik olmalıdırlar.

İqtisadiyyatın yeni sahələrinin inkişaf etməsi və müxtəlif istehlak xassələrinə malik məhsulların bazarda təşəkkül tapması xammal və materialların tədarükü ilə bağlı olan məsələləri çətinləşdirir. Tədarükat işinin müvəffəq həyata keçirilməsi üçün tədarükat bazarı haqqında geniş və dolğun informasiyaları əldə etmək lazımdır. Toplanmış informasiyaları təhlil etmək və nəticə etibarlı ilə onları qiymətləndirməklə tədarükat bazarının tutumunu və tədarükatın optimal həcmi müəyyənləşdirmək mümkün olur.



Tədarükat bazarının tədqiqi və öyrənilməsi zamanı problemin qoyuluşuna xüsusi diqqət yetirilməlidir. Çünki tədarükat bazarının öyrənilməsi zamanı firma və müəssisələrin bu bazarda – a) istehsalçı müəssisə, hazır məhsulgöndərən və ya b) material resurslarının istehlakçısı kimi çıxış etməsinin taktika və strategiyasını müəyyənləşdirən ikili yanaşmadan istifadə olunur.

Müəssisələrin məhsulgöndərən statusunda çıxış etmələri ilk növbədə alıcıların maraqlarının nəzərə alınmasını tələb edir. Bu vəziyyət bölüşdürücü (marketing) logistikanın formalaşmasının əsası hesab edilir.

Müəssisələrin material resurslarının istehlakçısı statusunda çıxış etməsi imkan verir ki, onlar özlərinin özəl iqtisadi maraqlarını nəzərə alsınlar və məhsul-göndərənlərlə qarşılıqlı münasibətlər qura bilsinlər.

➤ Tədqiqat işinin aparılmasında tədavül xərclərinin nisbi kəmiyyəti, xüsusi satış proqramında baş verən dəyişikliklər, elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərindən istifadə, satış bazarında firmanın (şirkətin) xüsusi çəkisinin artması, rəqabət mühiti, məhsulgöndərənlərin məhsulgöndərmə intizamına əməl etmələri və onların birdəfəlik tərəf müqabilinə çevrilməsi, gələcəkdə yeni tədarükat bazarlarının əmələ gəlməsi və bu bazarda fəaliyyət mexanizmi, tədarükatın kəmiyyətcə qeyri-müəyyənliyi kimi amillərin nəzərə alınması mütləq vacibdir.

Xammal və materialların tədarükatı bazarının tədqiq edilməsi zamanı firmaların (şirkətlərin) hansı tip tədarükat bazarında fəaliyyət göstərməsi də böyük əhəmiyyətə malikdir. Tədarükat bazarının tiplərinin təyin edilməsi firmalara (müəssisələrə) imkan verir ki, onlar özlərinin fəaliyyət istiqamətlərini asanlıqla müəyyənləşdirərək tədarükatla bağlı işlərini tez həll etmiş olsunlar. Tədarükat logistikasında belə bazarlar aşağıdakı kimi təsnif olunur:

- xammal və materiallara tələbatı ödəyən bazarlar;
- məhsulgöndərənlər tərəfindən istifadə edilən bazarlar;
- tam və qismən əvəz edilən məhsullar bazarı;

- yeni bazarlar;
- bazarın müasir təhlili;
- bazar konyukturasının dəyişilməsi dinamikası;
- bazar dəyişkənliyinin proqnozlaşdırılması.

Material resurslarının alınması üçün bazarın tədqiqi yeni məhsulların layihələşdirilməsilə bərabər aparılır. Daha doğrusu, yeni məhsulun layihələşdirilməsinə başlamazdan əvvəl firmanın idarəetmə aparatı müəyyənləşdirməlidir ki, istehsal edəcəkləri məhsulun substansiyasını təşkil edən ayrı-ayrı komponentləri (ünsürləri) haradan, hansı qiymətə, kimdən və necə almalıdır. Əgər məhsul istehsalına lazım olan xammal və materialların qiyməti bahadırsa, onun istehlak yerlərinə çatdırılması, saxlanması və istehsal istehlakına hazırlanması müəssisə-dən çoxlu əmək və maliyyə resursları tələb edirsə və habelə bu məhsulun maya dəyəri real bazar qiymətindən yüksəkdirsə, onda layihələşdirmə zamanı idarəetmə aparatı obyektiv reallıqdan çıxış edərək iki mühüm qərar qəbul etməlidir. İlkin olaraq belə məhsulun istehsal edilməsi iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğun olmadığından onun layihələşdirilməsi işi dayandırılır. Digər tərəfdən bu məhsulun istehsalı obyektiv zəruriyyətdən doğursa onda layihələşdirmə zamanı xammal və materialların əvəzedicilərinin istehsala cəlb edilməsi üçün alternativ variantlar axtarılır. Aydın ki, əvəzedicilər məhsulun maddi əşya formasına xas olan fiziki-kimyəvi xüsusiyyətlərə malik olduqlarından onlar keyfiyyətlərinə görə təbii xammal və materiallardan heç də geri qalmırlar. Xammal bazasının genişləndirilməsində, iqtisadi inkişaf və sosial tərəqqi baxımından çox ciddi rol oynayan əvəzedicilərin materialları və onların keyfiyyəti istehsal prosesinin xarakterinə və müəssisənin texniki-iqtisadi göstəricilərinə həlledici dərəcədə təsir göstərdiyindən onların seçilməsinə həssaslıqla yanaşmaq lazımdır. Odur ki, firmanın (müəssisənin) maddi-texniki təchizat işlərini yerinə yetirən əməkdaşların və ya təchizatla məşğul olan kommertiya təşkilatlarının əsas vəzifəsi qoyulan məsələyə tam və obyektiv yanaşmaq üçün konstruktorları istifadə olunacaq material resursları üzrə kataloqlar, təsvirlər, prospektlər və

informasiya bülletenləri ilə təmin etməkdən ibarət olmalıdır. Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, kataloqlar, təsvirlər, informasiya bülletenləri və prospektlərdə bazara çıxarılaçaq xammal və materialların qiyməti haqqında informasiyaların olmaması (və ya mötəbər olmaması) ilə əlaqədar olaraq gələcəkdə istehsal olunacaq məhsulların layihələşdirilməsi üzrə iqtisadi cəhətdən əlverişli qərarların qəbul edilməsi çətinləşir. Məhz buna görə də firmanın (müəssisənin) maddi-texniki təchizat şöbəsinin və ya təchizatla məşğul olan kommersiya təşkilatlarının başlıca vəzifələri analoji məhsulun bazar qiyməti, xammal və materialların mümkün göndərmə müddətləri və qiymətləri, nəqləmə xərclərilə bağlı olan informasiyaların toplanması, onların qiymətləndirilməsi, habelə müvafiq təhlillərin aparılması və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir.

Material resurslarının həcmi, məhsul göndərmənin müddəti və məhsulların istehsal istehlakına yönəldilməsi satış bazarının nəticəsi kimi istehsal proqramından asılıdır. İstehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün onun xammal və materiallarla təmin edilməsi mexanizmi bir sıra firmaları (şirkətləri) ümumi bir problemlə qarşı-qarşıya qoyur. Belə ki, onlar bir tərəfdən istehsal proqramını sadə və hər vaxt iqtisadi cəhətdən səmərəli olmayan xammal və materiallarla təmin etmək, digər tərəfdən isə iqtisadi baxımdan əlverişli materialların alınması izafi vaxt tələb etdiyindən bu proqramın icrasını müəyyən müddətə qədər ləngitmək və ya saxlamaqla yerinə yetirmək məcburiyyətində qalırlar.

Bazarı tədqiq etdikdən və konkret məhsul göndərənləri seçdikdən sonra tədarükat şöbəsi konkret məhsul göndərmələr üçün firmanın (şirkətin) tələbatını müəyyənləşdirir. Tələbatın təyin edilməsi ehtiyatların idarə edilməsi strategiyasına əsaslanır və iki: sifarişlər və məsrəf metodu əsasında müəyyənləşir. Tələbatın plana uyğun təyini keyfiyyət və kəmiyyət üzrə məhsul və xidmətlərin aşkar edilməsi deməkdir.

Sifarişlər əsasında tələbatı müəyyənləşdirmək mümkün olmadıqda və ya bu metodun tətbiqi iqtisadi cəhətdən məqsəduyğun hesab edilmədikdə məsrəf

metodundan istifadə olunur. Proqnozlaşdırılan tələbat bu halda sadə hesablama metodlarının köməyiylə təyin edilir. Əksər hallarda təsərrüfat praktikasında buna əlavə kimi proqnozlaşdırmanın intuitiv metodundan da (məsrəflər hər hansı ixtiyari xarici faktorların tə'sirinə mə'ruz qalmır) istifadə edilir.

Qərb ölkələrində istehsalçı firmalar (müəssisələr) tərəfindən əldə edilən istehsal-texniki təyinatlı məhsullar tədarükatın növləri və alış metodlarına görə təsnif edilir. Belə təsnif etmə istehsal-texniki tə'yinatlı məhsulların növlərinə (xammal və materiallar, yanacaq, dəstləşdirici məmulatlar və avadanlıqlar) və saxlanma şərtlərinə görə aparılır.

Tədarükat bazarında seçilmiş məhsulların göndərilməsi üsulları da müxtəlifliyinə görə fərqlənir. Əvvəlcədən tələbatı müəyyənləşdirilməyən və uzunmüddətli anbarlaşdırmaya ehtiyacı olmayan xammal və materialların alınması və göndərilməsi onların istehsal istehlakı yaxınlaşdıqca həyata keçirilir. Mütəmadi olaraq istehlak edilən məhsullar göndərmə müddətləri dəqiq və ciddi qeyd edilən məhsulgöndərmə müqavilələrinin şərtlərinə uyğun olaraq alınır. Belə göndərmə üsulunun tətbiqi zamanı firmalarda (şirkətlərdə) istehsal ehtiyatlarının həcmi azalır, onların saxlanması ilə əlaqədar xərclərin səviyyəsi aşağı düşür. Sifarişlərin rəsmiləşdirilməsi prosedurunun sadələşdirilməsi və qaimə xərclərinin azaldılması üçün bir məhsul sinfi daxilində qrupuna və növünə görə yaxın olan və kiçik partiyalarla alınmış məhsullar qrup şəklində göndərilir. Mahiyyət e'tibari ilə sadalanan bu işlər çox əmək tutumlu olduqlarından istər məhsulgöndərən, istərsə də istehsalçı firmalar (müəssisələr) avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərini tətbiq etməklə məhsulgöndərmə və onunla bağlı sənədləşdirmə işlərini həm sadələşdirir, həm də tezləşdirirlər.

Təchizatın nisbi mənada yeni forması tədarükat mərkəzlərinin yaradılması hesab edilir. Bu mərkəzləri formalaşdıran zaman tədarükat prosesinin müxtəlif mərhələləri və bu mərhələlərin icra edilməsi üçün ayrı-ayrı işçi heyətinin cəlb edilməsi dərəcəsi nəzərə alınmalıdır. Aydındır ki, tədarükat prosesinin mərhələləri və

bu mərhələlərdə yerinə yetirilən işlərin xarakterindən asılı olaraq mərkəzin tərkibi müəyyənləşdirilir.

Beləliklə, tədarükat logistikasının funksiyalarını aşağıdakı kimi formalaşdırmaq olar:

- məhsulgöndərənlərlə optimal təsərrüfat əlaqələrinin qurulması;
- istehsalın maddi texniki təminatının planlaşdırılması və təşkili;
- istehsal üçün zəruri material resurslarının tədarükatının təşkili və onların daşınması;
- materialların anbarlaşdırılması, saxlanması və istehsal istehlakına hazırlanması;
- istehsalçı müəssisənin sex və digər bölmələrinin maddi texniki təminatının təşkili;
- müəssisənin anbarlarında istehsal ehtiyatlarının idarə edilməsi;
- material resurslarına qənaət edilməsi üzrə proqramların hazırlanması və onun yerinə yetirilməsinə nəzarət işi;
- təchizat üçün ayrılmış smeta xərclərinin düzgün məsrəf edilməsinə nəzarətin təşkili;
- məhsulgöndərənlər üzrə kredit borclarına nəzarət və onların azaldılması üçün müvafiq iqtisadi tədbirlərin həyata keçirilməsi;
- bütün istehsal bölmələri ilə razılaşmaqla material resurslarının hərəkəti üzrə plan-qrafiklərin hazırlanması və yerinə yetirilməsi.

### **1.3. Tədarükat logistikasının formalaşması prinsipləri və xüsusiyyətləri**

Tədarükat mərhələsində logistikanın əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardan:

- material axınları formasında xarici mühitdən logistik sistemə daxil olan ilkin resursların idarəetmə sistemini yaratmaq;

- ilkin resursların idarəedilməsi sistemi ilə iqtisadi sisteminin özündən yaranan resursların ümumi idarəetmə sistemi arasında ahəngdarlığı təmin etmək;
- material axınlarını formalaşdırmaq və onları logistik sistemin tələbərinə adaptasiya etmək;
- kütləvi informasiyaları emal etmək və iqtisadi sistem daxilində əks informasiya axınlarını formalaşdırmaqdan ibarətdir.

İstehsal və tədarükət fəaliyyətinin inteqrasiyası prosesi istehsal prosesinin özündən çox əvvəl başlayır. Bu zaman təbii ki, belə inteqrasiya əlaqələrinin təşəkkül tapmasının təşəbbüskarçısı kimi məhz istehsal sistemlərinin özləri çıxış edirlər.

Struktur baxımdan tədarükət logistikası yaradılan zaman ilkin mərhələdən sonadək müntəzəm olaraq məhsulgöndərmə variantlarının təhlili aparılır. Mövcud təhlil öz növbəsində xüsusi istehsalın potensial və faktiki imkanlarının tədqiqi və istifadə edilməsindən başlayır. Bununla əlaqədar olaraq özünü təminatın natural göstəricisinin təyin edilməsi, sistem daxili (zavoddaxili) dövriyyənin, başqa sözlə, sənaye məhsullarının təhlili aparılan dövrdə müəssisənin istehsal ehtiyacları üçün istehsal edilən hissəsinin düzgün hesablanması böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Hesablama göstəricilərini, daxili və xarici amillərin istehsala təsiri dinamikasını nəzərə almaqla iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış sistem daxili məhsul buraxılışı üzrə logistik proqram işlənilib hazırlanır. Xüsusi istehsal hesabına göndəriləcək resursların strukturunu müəyyənləşdirilməsi yol verilən müəyyən hədd çərçivəsində olmalıdır. Sonuncu bir qayda olaraq özünü təminat və tədarükət proseslərinə çəkilən məcmu məsrəflərin müqayisə edilməsi yolu ilə natural və dəyər ifadəsində hesablanır. İstehsal proseslərinə cəlb edilən material resurslarının əksər hissəsi əsasən xarici mühitdən daxil olur. Məhz buna görə də tədarükət logistikasında müühüm yer tədarükət proseslərinə ayrılır.

Tədarükətin həyata keçirilməsi və tədarükət logistikasının ümumi sisteminin formalaşdırılması üzrə logistik konsepsiyanın hazırlanması zamanı əsas meyarlar aşağıdakılardır:

- 1.Məhsulgöndərmə dövrlərini optimallığı;
- 2.Material axınlarının optimal strukturu;
- 3.Nəqliyyat-tədarükat xərclərinin minimumluğu.

Tədarükat proseslərinin idarəedilməsinin başlıca məqsədi istehsalın cari və potensial tələbatını adekvat və tam ödəməkdən ibarətdir.

Tədarükat proseslərinin təşkili prosesi aşağıdakı bir neçə prinsipə əsaslanır:

1.Resurslar bazarının konyukturasi və ticarətin aparılması şərtləri haqqında informasiyaların toplanması və emalı.

2. İqtisadi baxımdan əlverişli hesab edilən maddi-texniki təchizat formalarının və mənbələrinin seçilməsi.

3.Siarişlərin yerləşdirilməsi və onların həyata keçirilməsinə nəzarətin təşkili.

4.Material resursları və material qiymətlilərinin əldə edilməsinə görə aparılan hesabaşmalar üzrə uçot işinin təşkili.

5.Məhsulgöndərənlərlə qurulan münasibətlər sisteminin qorunub saxlanması.

Birinci prinsip hazır məhsulun bölüşdürülməsi ilə bağlı fəaliyyətlə daha çox yaxındır. Qeyd etməliyik ki, həm hazır məhsulun reallaşması və həm də müəssisədə tədarükatın həyata keçirilməsi məqsədi baxımdan bazarın tədqiqi müəssisədə bir struktur bölmə tərəfindən aparılır. Müəssisənin əksər struktur bölmələrinin bir çox məsələlər üzrə obyektiv cavab alması üçün qeyd edilən bölmə bilavasitə logistik məsələlər üzrə direktor müavininə tabe olmalıdır. Bu hər şeydən əvvəl onunla əlaqədardır ki, bazarın qeyri mərkəzləşdirilmiş formada tədqiqi suybektivliyə, tövsiyələrdə səhvlərə və qrup maraqlarının ifadə edilməsinə gətirib çıxara bilər.

Bazarın tədqiqi zamanı iki əsas yanaşmadan istifadə olunur:

1) məhsul istehsalçısı və ya məhsulgöndərən kimi çıxış edən müəssisələrin strategiya və taktikası ilə müəyyənləşən yanaşma;

2) material resurslarının istehlakçısı kimi çıxış edən müəssisələrin strategiya və taktikası ilə müəyyənləşən yanaşma.

Məhsulgöndərənlərin statusu müəssisələri məcbur edir ki, ilk növbədə istehlakçıların maraqlarını nəzərə alsınlar. Məhz bu da bölüşdürücü logistikanın formalaşmasının əsasını təşkil edir.

İstehlakçıların statusu isə müəssisələrə imkan verir ki, xüsusi maraqlarını nəzərə alsınlar və məhsulgöndərənlərlə özlərinin qarşılıqlı münasibətlərini maddi-texniki təchizatın modul şərtləri əsasında qura bilsinlər.

Özütəminat proqramının işlənilib hazırlanmasından sonra istehsalın ödənilməyənlərlə tələbatı sifarişlərin formalaşması yolu ilə xarici daxil olmalar hesabına təmin edilir. Lakin, təsərrüfat əlaqələri qurulmazdan əvvəl mütləq istehsalın tələbi uçota alınmaq şərti ilə hər bir material resursu növü üzrə maddi-texniki təchizat forması təyin edilməlidir. Praktikada iki əsas: anbar və tranzit formadan istifadə olunur.

*Tranzit məhsulgöndərmə* dedikdə material axınlarının vasitəçi ticarət strukturlarının anbar və bazalarına daxil olmadan birbaşa istehlakçı müəssisələrə göndərilməsi başa düşülür.

*Anbar təchizat formasında isə* logistik yük vahidləri vasitəçilik missiyasını yerinə yetirən ticarət-kommersiya təşkilatlarının anbarlarına daxil olur və buradan istehlakçı sifarişlərinə (tələbnamələrinə) müvafiq olaraq həm ayrı-ayrı kommersiya təşkilatlarına (və ya aralıq istehlakçılara), həm də istehsalçı firma və müəssisələrə buraxılır.

Bu formalar arasında optimal nisbətənin yaradılması və onların təkmilləşdirilməsi material resurslarının (istehsal vasitələrinin) manevr etmə qabiliyyətini artırır, istehsal ehtiyatlarının səviyyəsini optimallaşdırmağa və material axınlarının istehsalçı müəssisə və firmalardan istehlakçı müəssisə və firmalara nəql etdirilməsi, çatdırılması ilə əlaqədar xərclərin həcm və səviyyəsini müəyyən qədər aşağı salmağa imkan verir. Buna görə də təchizat formalarının seçilməsi texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmalıdır.

İstehsalçı müəssisə və firmaların təchiz edilməsində məhsulgöndərmələrin anbar formasının xüsusi çəkisinin azaldılması və nəticə etibarlı ilə tranzit anbar



formasının xüsusi çəkisinin artırılması logistik sistemin iştirakçılarında, o cümlədən məhsulgöndərmələri həyata keçirən kommersiya müəssisələri və nəqliyyat departamentlərində yükləmə-boşaltma və saxlama xərclərinin azaldılmasına, material axınlarının son təyinat məntəqəsinə çatdırılması vaxtının azaldılmasına səbəb olur. Deməli, mahiyyət etibarilə məhsulgöndərmələrin tranzit forması anbar formasına nisbətən daha ucuz hesab olunur.

Lakin digər tərəfdən məhsulgöndərmələrin anbar formasının xüsusi çəkisinin azaldılması istehsalçı müəssisə və firmalarda istehsal ehtiyatlarının səviyyəsinin yüksəldilməsinə, normadan artıq ehtiyatların əmələ gəlməsinə, bu ehtiyatların saxlanması ilə əlaqədar xərclərin səviyyəsinin artmasına və dövriyyə vəsaitlərinin dondurulmasına (istifadəsiz qalmasına), təsərrüfat dövriyyəsinə ləng cəlb edilməsinə gətirib çıxarır. Bütün bunların nəticəsində isə bəzən anbar formasının xüsusi çəkisinin azaldılmasından əldə edilən qənaətin qədəri, həcmi istehsalçı müəssisə və firmalarda yol verilən israfçılığın kəmiyyətindən az olur və istər mikro, istərsə də makrologistik səviyyədə külli miqdarda qeyri-məhsuldar xərclər əmələ gəlir. Ona görə də təchizat formalarının seçilməsinə logistik sistemin ayrı-ayrı iştirakçılarının mənafeyi baxımından deyil, logistik sistemin ümumi mənafeyi baxımından yanaşmaq lazımdır. Bunun üçün isə məhsulgöndərmələrin anbar və ya tranzit formalarının tətbiqi iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmalıdır.

İstehlakçı sifarişlərinin idarə edilməsi ümumlogistik sistemin ən mühüm funksiyası hesab olunur. Hazır məhsulların ümumi bölüşdürülməsinə çəkilən xərclər içərisində sifarişlərin idarə edilməsilə bağlı xərclərin xüsusi çəkisi ehtiyatların idarə və nəql edilməsinə çəkilən xərclərlə müqayisədə olduqca azlıq təşkil edir. Başqa sözlə, ehtiyatların idarə və nəql edilməsinə çəkilən xərclər birbaşa və dolaylı formada istehlakçıların ayrı-ayrı məhsullar üzrə sifarişlərinin keyfiyyətli və vaxtında ödənilməsindən asılıdır. Məhz, bu spesifik xüsusiyyət də istehlakçı sifarişlərinin idarə edilməsinin əhəmiyyətini daha da artırır.

Geniş mənada sifarişlərin idarə edilməsi həm maddi-texniki təchizat, həm də

hazır məhsulun satışı mərhələlərində material axınlarının idarə edilməsi üzrə sintetik funksiya hesab olunur. Lakin bazar iqtisadiyyatı şəraitində bu funksiya prioritet mahiyyətini, əhəmiyyətini yalnız və yalnız marketinq funksiyası ilə qarşılıqlı (inteqrativ) əlaqədə tapır. Belə ki, məhz belə bir inteqrasiya firma və müəssisələrin bütün istehsal-kommersiya fəaliyyəti üçün tə'yinedici mahiyyət daşıyır.

Sifariş portfelinin tutumu daxili və xarici xarakterə malik bir sıra amillərdən, o cümlədən ümumi iqtisadi vəziyyətdən, işgüzar aktivlikdən, istehlakçının tələbindən, istehsal və logistik güclərin vəziyyəti və yüklənmə səviyyəsindən asılıdır.

Sifarişlər portfeli istehlakçı tələbini əks etdirən məhsulgöndərmələrə uyğun sifarişlər əsasında tərtib və təşkil olunur. Onun formalaşması zamanı produsentlərin istehsal və logistik imkanları mütləq nəzərə alınmalıdır. Belə amillərin diqqət mərkəzində saxlanması məhsulgöndərmələr üzrə tərəfdaşlar arasında tədarükat müqavilələrinin bağlanmasına şərait yaradır.

Mütəmadi olaraq konkret bazar və ya bazar segmenti üçün məhsul istehsalı ilə məşğul olan firma və müəssisələr tədarükat üzrə sifarişlərini əvvəlcədən tərtib etməlidirlər. Bu sifariş paketində konkret material resursları üçün nəzərdə tutulan potensial tələblər bir qayda olaraq yaranan faktiki tələbdən artıq olmalı, onu qabaqlamalıdır. Doğrudur, böyük zaman kəsiyi üçün bu qabaqlama bir tərəfdən material ehtiyatlarının səviyyəsinin artmasına, əmtəə formasında pul vəsaitlərinin dondurulmasına, istehsalın məhsul üzrə differensiasiyasında dəyişikliklərin aparılmasına səbəb olsa da, digər tərəfdən isə məhsulgöndərmənin ahəngdarlığında əmələ gələ bilən kənarlaşmaları zəiflətməyə (dempfirləşdirməyə) imkan verir. Buna görə də sifarişlərin verilməsi zamanı qabaqlama vaxtının seçilməsi üçün mövcud optimal variantlardan istifadə olunmalıdır.

Sifarişlərin tərtib edilməsi zamanı ilk növbədə istehsal sahələri və ya yerlərinə lazım olan material resursları arasında texnoloji prosesin tələbləri baxımından istehsal istehlakı tez baş verən material resurslarına daha çox üstünlük verilir. İstehsalın bu növ resurslara tələbi prioritetli kəsb edir.

Tərtib edilmiş sifarişlər əsasında bu və ya digər material resurslarına texniki tələbin dəyər nöqtəyi-nəzərindən təhlili aparılır. Burada əsas məqsəd dəyəri yüksək olan ayrı-ayrı material resurslarının qiymətini və mahiyyət etibarını isə qiyməti təşkil edən bütün üsürlərin uçotunu aparmaqla mövcud və proqnozlaşdırılan bazar konyukturasi şəraitində sifarişin dəyəri müəyyənləşdirilir. Nəticədə iqtisadi baxımdan alınması və ya xüsusi istehsalda hazırlanması əlverişli olmayan material resurslarının əvəzedicilərinin axtarılması üçün variantlar tərtib edilir. Və ya bu materiallar üzrə daha ucuz tədarükat bazarlarının aşkar olunması ucuz və əvəzedicilərin materialların tətbiqi üçün texnoloji yeniliklərin edilməsi, hazır məhsulun əmtəlik görkəmi və keyfiyyətinə xələl gətirmədən konstruktiv dəyişikliklərin aparılması üçün tədbirlər planı işlənib hazırlanır.

Sifarişlərin idarə edilməsi sahəsində qərarların qəbul edilməsi prosedurunun təkmilləşdirilməsi üçün ümumi formada logistik sistemin vəziyyətini hərtərəfli (lokal aspektdə onun struktur elementlərini) xarakterizə edən aktual informasiyaların qəbul edilməsi, alınması üzrə çevik sistemlər yaratmaq lazımdır. Yaradılan belə sistemlər və ya alt sistemlərin hər biri bölüşdürmənin effektivliyinə və təsərrüfat strukturlarının istehsal-kommersiya fəaliyyətinə nəzarət işini həyata keçirir. Təbii ki, belə nəzarət işinin aparılması müəssisələrin mühasibat hesablarının yoxlanılması üçün elementar uçot formasında olan ənənəvi nəzarətdən fərqli kompleks xarakter daşıyır. Yə'ni, məsrəf nöqtəyi-nəzərindən bölüşdürmənin effektivliyinin və istehsal-kommersiya fəaliyyətinin mütəmadi təhlilini nəzərdə tutur. Belə təhlilin aparılması üçün sifarişlərin idarə edilməsi sahəsində müvafiq məlumatlar bankı yaratmaq və bu bankdan zəruri informasiyaların əldə edilməsi məqsədilə çevik həll alqoritmləri işləyib hazırlamaq lazımdır.

Logistik sistemin təkmilləşdirilməsi zamanı çalışmaq lazımdır ki, sifarişlərin idarə edilməsi üzrə mövcud sistemin fəaliyyətinə mütəmadi (fasiləsiz) nəzarət olunsun. Bununla əlaqədar olaraq praktiki fəaliyyətdə bir qayda olaraq iki səviyyəli: *strateji və taktiki nəzarət* həyata keçirilir.

***Strateji nəzarət*** əsasən aşağıdakı:

➤ müəssisə və ya firmanın həm marketinq, həm də logistika üzrə strategiyasının dəyişməsi, məsələn, çeşid dəyişikliyi aparmadan, bu və ya digər kateqoriyalı vasitəçiləri cəlb etmədən hazır məhsulların istehlakçılara birbaşa satışının təşkili;

➤ bu və ya digər səbəbdən istehsalçı firma və ya müəssisənin fəaliyyət spektrində dəyişikliklərin (azalma və ya artmaların) aparılması;

➤ istehsalın (və ya fəaliyyətin) diversifikasiyası;

➤ hazır məhsul istehsalında çeşid dəyişkənliyinin baş verməsi;

➤ iri, strateji əhəmiyyətli sifarişlərin əldə edilməsi və ya itirilməsi;

➤ bazarda ərazi – sahə orientasiyasının dəyişilməsi;

➤ ümumiqtisadi konyukturanın dəyişilməsi zamanı aparılır.

Sifarişlərin idarə edilməsi üzrə mövcud sistemə strateji nəzarətlə bərabər taktiki (operativ) nəzarət də hər vaxt mütəmadi formada həyata keçirilməlidir.

Sifarişlərin idarə edilməsinə taktiki nəzarətin məqsədi sifarişlərin ödənilməsi üzrə planlarda baş verən mövcud kənarlaşmaları aşkar etmək və firmanın (müəssisənin) idarəetmə aparatına-rəhbərinə bu kənarlaşmalar, habelə onların aradan qaldırılması üçün yerinə yetirilməsi zəruri hesab edilən tədbirlər kompleksi haqqında müvafiq məlumatlar verməkdən ibarətdir.

***Taktiki (operativ) nəzarətin*** təşkili üçün:

➤ uyğun logistik standartlar kompleksinə;

➤ tam və etibarlı məlumatlar bankına;

➤ nəzərdə tutulan və ya faktiki məsrəflər, eləcə də sifarişin icra edilməsi zamanı azaldılması (qaçılması) mümkün olan məsrəflər haqqında operativ informasiya təminatına malik olmaq lazımdır.

Bütün sadalanan bu elementlərin hər biri qarşılıqlı şəkildə əlaqələndirilməli və bütünlükdə istehsal-kommersiya fəaliyyəti, xüsusilə də logistik fəaliyyətin təhlili üçün

əsas obyekt hesab olunan sifarişlər paketi ilə integrativlik təşkil etməlidir. Nəzarət və təhlil göstəriciləri problemlərin dərinədən öyrənilməsi və düzəliş tədbirlərinin qəbulu və ya aparılması üçün sadə və kifayətedici olmalıdır.

## **Fəsil 2. Müəssisələrin tədarükat logistikasının təşkilati-iqtisadi mexanizminin formalaşması**

### **2.1. Azərbaycan Respublikası sənaye müəssisələrinin tədarükat bazarının logistik tədqiqi**

Keçid dövrünü yaşayan Azərbaycan Respublikasının sənaye sahələrinin düşdüyü iqtisadi vəziyyəti ümumi formada aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar:

- inzibati amirlik sistemindən sənaye istehsalının çevik və səmərəli alət-lərlə idaredilməsini nəzərdə tutan iqtisadiyyatın bazar modelinə keçid və onun törətdiyi spesifik xüsusiyyətlər;

- ayrı-ayrı sahələrdə böhran hallarının baş verməsinə baxmayaraq milli iqtisadiyyatın güclü industrial bazasının mövcudluğu.

Deməli, müasir bazar iqtisadiyyatının tələblərinə uyğun yeni iqtisadi sistemin formalaşdırılması hər şeydən əvvəl ölkədə düşünülmüş, düzgün və səmərəli struktur siyasətinin həyata keçirilməsini tələb edir. Məhz buna görə də bazar iqtisadiyyatına keçidin ən qlobal və mürəkkəb problemlərindən biri ardıcıl səmərəli struktur irəliləyişlərinə nail olmaqdan ibarətdir. Bu istiqamətdə məqsədyönlü tədbirlər həyata keçirilmiş olsada, ümumilikdə iqtisadiyyatın strukturunda keyfiyyət baxımından vəziyyət heç də bazar münasibətlərinin tələblərinə cavab vermir. Sənaye istehsalının sahə quruluşunun təhlili göstərir ki, bu struktur əsaslı dərəcədə pisləşib (cədvəl 2.1).

Cədvəl məlumatlarından güründüyü kimi 2000-ci ildə Respublikanın hasiledici sənaye sahəsi emaledici sənaye sahəsinə nisbətən 22,2% üstün inkişaf tempinə malik olmuş və 36,6%-lə bu üstünlüyü 2006-cı ildə də saxlaya bilmişdir. Başqa sözlə, 2000-2008-ci illərdə emaledici sənaye sahələrinin 4,5% kəskin gerilməsi fonunda hasiledici sənaye 9,9% inkişaf etmişdir. Respublikanın emaledici sənaye sahələrinin belə zəif inkişaf tempinə malik olması bir daha sübut edir ki, keçmiş sovetlər birliyində neft maşınqayırması məhsulunun 70-80%-ni verən

Azərbaycan hal-hazırda xammal istehsal edən dövlətə çevrilib. Emaledici sənaye sahələrinin inkişaf etməməsinin digər mühüm cəhətləridən biridə bu sahə məhsullarının bazar həlli tapması imkanların məhdudluğu ilə izah edilir. Belə ki, 2008-ci ilin yanvar ayının birinə emaledici sənaye sahələrin anbarlarında hazır məhsul ehtiyatı hasiledici sənaye sahələrinin anbarlarındakı hazır məhsul ehtiyatından 1,2 dəfə çox yəni 134,9 mln. manat olmuşdusa, bu rəqəm 2009-cü ilin yanvar ayının birinə 2,2 dəfə artaraq 117,2 mln. manat təşkil etmişdir. Daha doğrusu, təhlil aparılan son bir il ərzində hasiledici sənayedə hazır məhsul ehtiyatının həcmi 2 dəfə (59,2 mln. manat) azalsada, emaledici sənaye sahələrində də müvafiq olaraq 1,15 dəfə azalma müşahidə edilmiş və hasiledici sənaye sahələrinin bir il əvvəl malik olduqları səviyyəyə - 117,2 mln. manata çatmışdır.

Cədvəl 2.1

Sənaye istehsalının sahə strukturu  
(2000 - ci ilin müqayisəli qiymətləri əsasında, faizlə)

Göstəricilər	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Bütün sənaye o cümlədən	100	100	100	100	100	100	100
Mədən çıxarma sənayesi	53,5	56,4	55,6	52,5	50,7	55,2	63,4
Emal sənayesi	31,3	18,3	29,9	31,5	34,2	32,8	26,8

Sənaye istehsalının sahə strukturunun təhlili göstərir ki, müvafiq dövrün faktiki qiymətləri ilə 2000-ci ildə ümumi yekuna görə 53,4% xüsusi çəkiyə malik olan xam nef və təbii qaz hasilatı 2006-cı ildə 18,7% bəndi yüksələrək 72,1%-ə çatmışdır. Özünün xüsusi çəkisinə görə ikinci yerdə gələn metallurgiya sənayesi təhlil aparılan dövrdə 4,1% azalaraq 12,5% təşkil etmişdir. 2,4% paya malik olan metallurgiya sənayesi yalnız bu dövr ərzində 2,3% bəndi yüksəlmişdir. Ölkədə istehsal olunmuş

sənaye məhsullarının ümumi həcmində nəqliyyat vasitələri istehsalının payı 0,7%, kimya sənayesinin isə 2,1% azalmışdır.

Sənayedə azalmalar, aşağı düşmələr əsasən aşağıdakı amillərlə izah edilir:

- daxili bazarda idxal məhsullarının xüsusi çəkisinin artmasına və istehsalın səmərəliyinin aşağı düşməsinə səbəb ola biləcək daxili və dünya bazar qiymətlərinin bir-birinə yaxınlaşması;

- rəqabət qabiliyyətli istehsalın maliyyə təminatının azaldılmasına, istehsal sahələrinə dövlət sərmayələrinin kəskin ixtisar edilməsinə gətirib çıxaran maliyyə – kredit siyasətinin sərtləşməsi;

- investisiya təyinatlı məhsulların istehsalının azaldılması ilə şərtləşən investisiya böhranları;

- istehsal-texniki təyinatlı məhsulların istehsal həcmnin azalması ilə müşahidə olunan maddi və qeyri-maddi istehsal sahələrinin (əhalinin) alıcılıq qabiliyyətini aşağı düşməsi;

- Azərbaycanın sənaye məhsullarına MDB ölkələri tərəfindən tələbin kəskin sürətdə aşağı düşməsi.

Emal sənayesinin geri qalmasına təsir edən əsas amillərdən biri də bu sektora yönəldilən investisiyaların həcmnin az olmasından ibarətdir.

Cədvəl 2.2-in məlumatlarının təhlili göstərir ki, həm bütün mənbələr hesabına ölkənin sənaye sektoruna qoyulan investisiyaların həcmi, həm də daxili mənbələr hesabına qoyulan sərmayələrin həcmi ilbəil artmışdır. Belə ki, 2000-ci illə müqayisədə 2008-cı ildə bütün mənbələr hesabına qoyulan sərmayələrin ümumi məbləği 6,5 dəfə, daxili sərmayələrin ümumi məbləği isə 6,3 dəfə artmışdır. Təhlil aparılan illərdə daxili mənbələr hesabına emal sənayesinə qoyulan sərmayələrin ümumi məbləğinin artım tempi xarici sərmayələrin artım tempini qabaqladığından bütün mənbələr hesabına qoyulan investisiyalarda onun xüsusi çəkisi 2000-ci ildəki 6%-dən 2008-cı ildə 2,2%-ə enmiş, yəni onun xüsusi çəkisi 4,3% bəndi azalmışdır.



**Sənaye sektorlarına yönəldilən investisiyalar**  
(faktiki qiymətlə), mln.manat

	2000	2005	2010	2011	2012	2013
<b>Bütün sənaye</b>	<b>659,6</b>	<b>1630</b>	<b>3005</b>	<b>3916</b>	<b>4170</b>	<b>4295</b>
xarici sərmayələr	463,0	1485	2648	3337	3350	3045
daxili sərmayələr	196,6	144,4	357	579	820	1250
<b>Mədəncixarma sənayesi</b>	<b>481,1</b>	<b>1439</b>	<b>2745</b>	<b>3707</b>	<b>3730</b>	<b>3386</b>
- xarici sərmayələr	335,7	1332	2594	3230	3210	2787
- daxili sərmayələr	145,4	107,0	150,9	476,3	520,6	599,6
yekuna görə faizlə	73,0	88,3	91,3	94,7	89,4	78,9
<b>Emalədar sənaye</b>	<b>80,1</b>	<b>28,3</b>	<b>77,8</b>	<b>145,8</b>	<b>115,8</b>	<b>112,3</b>
- xarici sərmayələr	40,5	7,9	15,7	75,7	35,9	17,8
- daxili sərmayələr	39,6	20,4	62,1	70,1	79,9	94,6
yekuna görə faizlə	12,1	1,7	2,6	3,7	2,8	2,6

Cədvəldən görüldüyü kimi bütün mənbələr hesabına 2000-2008-ci illərdə emal sənayesinə yönəldilən investisiyaların həcmi 1,4 dəfə, yəni 32,2 mln. manat artmasına baxmayaraq mədən sənayesi ilə müqayisədə 2000-ci ildə 4 dəfə, 2008-ci ildə isə 30 dəfə az olmuşdur. Əgər nəzərə alsaq ki, 2006-cı ildə mədən sənayesinə yönəldilən investisiyaların artım tempi 5,9% təşkil etmişdir, onda əsasən daxili sərmayələr hesabına emal sənayesinə yönəldilən investisiyaların mütləq həcmi təhlil aparılan illərdə 55 mln. manat, yəni 41,8% artmışdır. Digər diqqət çəkən məqam ondan ibarətdir ki, emal sənayesinə yönəldilən daxili investisiyalar 84,4% təşkil etdiyi halda, mədən sənayesində bu rəqəm müvafiq olaraq 17,7% olmuşdur.

Beləliklə, aparılan təhlilin nəticələrinə əsaslanaraq belə bir fikir irəli sürə bilərik ki, sərmayələrin böyük hissəsi-78,9%-i mədən sənayesinə yönəldilmişdir və onun da 82,3%-ni xarici sərmayələr təşkil edir. Daha dəqiq ifadə etsək, 2000-ci illə müqayisədə 2008-cı ildə xarici sərmayələrin həcmi 6,57 dəfə artmışdır. Digər sənaye

sahələrinin xarici investorlar üçün cəlbedici olmadığından bu xarici investisiyaların əksər hissəsi məhz neft sənayesinə yönəlmişdir.

Azərbaycanda aparılan iqtisadi reformalar istehsal texnologiyaları və istehsalın təşkilinin elm-texniki tərəqqinin, deməli rəqabətin tələblərinə cavab vermədiyini bir daha göstərdi. Qanunauyğun bir proses kimi istehsalda böhran-ların baş verməsi yeni resursqoruyucu texnologiyalar üçün iqtisadi məkan açmaqla yüksək xərctutumlu, rəqabətqabiliyyətinə malik olmayan istehsalın aradan çıxmasına bir növ şərait yaradır. Daha doğrusu, köhnə istehsal sahələri bazar üçün rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsal edə bilmək gücünə malik olmadıqlarına və bəzi hallarda isə istehsal naminə istehsalla məşğul olduqlarından məhsullara konkret satış bazarı tapa bilmədiklərinə görə istehsal sahələrində ümumi böhran halları müşahidə olunur. Təbii ki, rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsal edilməməsinin başlıca səbəbi isə hər şeydən əvvəl tətbiq edilən istehsal texnologiyalarının tələblərə cavab verməməsi və onların yeniləşdirilməsi və ya modernləşdirilməsi üçün kifayət qədər maliyyə vəsaitlərinin olmaması ilə bağlıdır. Sovet İttifaqının süqutu ərəfəsində Azərbaycan sənayesində istehsal avadanlıqları quruluş tərkibinə görə ən yeni avadanlığın (5 ilə qədər) xüsusi çəkisi 39% təşkil edirdi. Respublikanın istehsal parkının təhlili göstərir ki, o vaxtdan sonra Azərbaycan sənayesinin əksər sahələrində istehsal vasitələrinin yeniləşməsi-təzələnməsi sahəsində elə bir köklü dəyişiklik olmadığını nəzərə alsaq, vaxtı ilə ən yeni sayılan avadanlıqların yaşı indi 15-20 il və ondan artıqdır. Daha doğrusu, əsas fondların 40%-nin yaşı 10 ildən çox, 32,9%-nin yaşı 5-10, 18%-nin yaşı isə 3 ilə qədərdir. Bu müddət ərzində dünyada yeni texnika və texnologiyaların yaranmasında əsl inqilabi dönüş baş vermiş və təbii ki, bu şəraitdə Azərbaycan sənayesinin malik olduğu avadanlıqların tətbiqi ilə istehsal olunan sənaye məhsulları istər keyfiyyət parametrləri, istərsə də sərf edilən istehsal xərclərinin münasibliyinə görə dünya bazarında rəqabət aparmaq iqtidarında ola bilməz. Çünki, bir qayda olaraq, bazar iqtisadi mühitində hər növ istehsal vasitələri adətən 6-7 ildən bir əsaslı şəkildə yeniləşməyə məruz qalır. Əsas maraqlı məqam ondan ibarətdir ki, elm və

texnikanın müasir səviyyəsinə uyğun gələn avdanlıqlar ayrı-ayrı istehsal sahələri üzrə cəmi 3-7,3 % təşkil edir.

Bununla yanaşı qeyd etmək lazımdır ki, əvvəlki illərlə müqayisədə 2008-ci ildə bəzi sənaye sahələrində, məsələn, xam neft və təbii qazın hasilatı (0,1%); neft ayırma məhsulları istehsalı (0,3%); kimya sənayesi (0,3%); maşın və avadanlıqlar istehsalı (0,5%); hazır metal məmulatları istehsalı (0,9%); rezin və plastmas məmulatlar istehsalında (0,7%) fondların sıradan çıxma əmsalında azalma halları müşahidə edilmişdirsə, digər sahələrdə, məsələn, metal filizlərin hasilatı (0,8%); toxuculuq sənayesi (1,6%); selloz, kağız, karton və onlardan məmulatların istehsalı (4,8%); qeyri metal mineral maddələr istehsalında isə (0,9%) fondların sıradan çıxma əmsalı artmağa doğru meyl etmişdir. Son illərdə fondların sıradan çıxma əmsallarının azalması onların yeniləşməyə ehtiyacın olmaması ilə izah edilə bilər.

Aparılan iqtisadi təhlilin nəticələri bir daha göstərir ki, 2006-cü ildə əsas sənaye istehsal fondlarının dəyəri 1990-ci illə müqayisədə 5,38, 1995-ci illə müqayisədə 3,8 dəfə, 2000-ci ilə müqayisədə 2,89 dəfə artmışdır. Məhsul istehsalının həcmi isə 2008-cü ildə 15509 mlyn. manat təşkil etmişdir ki, bu da 1995-ci illə nisbətən 8,75, 2000-ci illə nisbətən isə 4,3 dəfə çoxdur.

Bu gün milli iqtisadiyyatın əksər sahələrində istifadə olunan texnologiya dünya standartlarından hədsiz dərəcədə geri qalır. Sənayedə 20 ildən artıq bir müddət ərzində istismar olunan istehsal avadanlıqlarının ümumi dəyəri 60%-dən çoxdur. Təkcə kimya və neftkimya sahələrində istifadə olunan əsas fondların 58% - bu həddi ötür keçir.

İstehsal həcmində kəskin azalmalar müşahidə edilən sənaye sahələrinə əsasən sənaye potensialının 1/5-ni təşkil edən maşınqayırma kompleksi (130 müəssisə və 500 min kv. metr səmərəsiz istifadə olunan istehsal sahələrindən ibarətdir) aid edilir. Maşınqayırma kompleksində 1971-1985-ci illərdə istehsalın həcmi 5,3 dəfə, kimya və neft sənayesində 3 dəfədən çox, yeyinti sənayesində 4 dəfə artmışdır. Respublikanın sənaye quruluşunda maşınqayırma kompleksinin xüsusi çəkisi 1960-cı ildəki

5,1%-dən 1985-ci ildə 16,4 %, kimya-neftkimya sənaye kompleksi isə müvafiq qaydada 4,1%-dən 87% qalxmışdır. İstər iqtisadiyyatın «yenidənqurma» adlanan mərhələlərində (1985-1991), istərsə də bazar iqtisadi sisteminə keçid şəraitində bu sahə əsasən köklü şəkildə geriləmələrlə müşahidə olunub. Burada baş verən geriləmələrin başlıca səbəbi iqtisadiyyata investisiya qoyuluşlarının birdən-birə azalması, Azərbaycanda istehsal edilən maşınqayırma məhsullarına keçmiş ittifaq respublikalarında tələbin azalması ilə bağlıdır (keçmiş Sovetlər İttifaqında neft maşınqayırma məhsullarına tələbatın 80%-ni məhz Azərbaycan Respublikası ödəyirdi). Bundan başqa, nəzərə almaq lazımdır ki, köhnə istehsal texnologiyalarına əsaslanan maşınqayırma sahələri istehsal sahələrində struktur islahatlarının aparılması üçün xüsusi və cəlb edilmiş maliyyə resurslarına-investisiya imkanlarına malik olmadıqlarından və ənənəvi satış - bazarlarını itirdiklərindən xarici bazarlar üçün rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsal etməyə gücləri çatmır.

İstehsal sahələrinin rəhbərləri, eləcə də istehsal və satış işçiləri üçün bazarın tələblərinə uyğun olaraq öz müəssisələrinin istehsal strukturunda müvafiq dəyişikliklərin aparılması olduqca zəruridir. Aydın ki, bu problemin həlli üçün yuxarıda qeyd edildiyi kimi kifayət qədər investisiya tələb olunur.

Bütün bunlarla yanaşı son illərdə respublikanın sənaye müəssisələrinin istehsal etdikləri məhsulların çeşidi genişlənmiş və bir çoxunun həcmi artmışdır. Sənaye məhsullarının istehsalına dair statistik məlumatların təhlili göstərir ki, 2000-2006-cı illərdə əksər sənaye məhsullarının istehsal həcmi xeyli dərəcədə artmış, ölkəmizdə yeni məhsul növləri – avto- mobil, televizor, kompyüter, polad və s. məhsulların istehsalı mənimsənilmişdir. Artıq sənaye məhsulları istehsalında 1997-ci ildən 0,3%, 1998-ci ildən 1999-cu ildən 3,6%, 2000-ci ildən 6,9%, 2007-cı ildən isə 36,6% artma meyilləri müşahidə olunmuşdur. Cədvəl məlumatlarından görüldüyü kimi 2008-ci ildə Respublikamızda istehsal olunmuş sənaye məhsulunun təkcə 74%-i qeyri-dövlət müəssisələrinin payına düşmüşdür. Bu da 2005-ci illə müqayisədə 3,4% bəndi yüksəkdir. Bütün bunlarla bərabər kimya (80.9%), metallurjiya (62.9%) və toxuculuq

sənayesində (49.7%), eləcə də hazır metal məmulatlar (51.6%), maşın və avadanlıqlar (57.4%) elektrik avadanlıqları (46.2%), hesablama texnikası (98.8%), optik cihazlar və aparatu-ralar (46.8%) və elektrik enerjisi istehsalı (90.7%) sahəsində hələdə dövlət sektoru üstünlük təşkil edir.

Lakin bununla belə qeyd etmək lazımdır ki, respublikanın sənaye müəssisələrinin texniki inkişaf səviyyəsinin dünya standartlarından kəskin şəkildə geri qalması ucbatından sənaye məhsullarının istehsal həcmi hələ də zəruri səviyyəyə çatdırılmamış, o, keyfiyyət baxımından beynəlxalq standartlara cavab vermir və bu səbəbdən də onun rəqabət qabiliyyətliliyi aşağı, maya dəyəri isə yüksəkdir.

Cədvəl 2.3

Sənaye məhsullarının mülkiyyət formaları üzrə bölgüsü, mln.  
manat

	2000	2005	2010	2012	2013	2014
Ümumi daxili məhsul, %- lə	111.1	110.6	111.2	110.2	126.4	143.5
Sənaye məhsulu, %- lə	106.9	103.6	106.1	105.7	133.5	136.6
Dövlət mülkiyyətli müəss-də istehsal olunan sənaye məh-rı	1879	1811	2153	2493	2727	4025
Qeyri – dövlət mülkiyyətli müəssisə-də istehsal olunan sənaye məhsulları	1760	2208	2829	3468	6564	11484

Ölkə hüdudlarından kənarında istehsal olunan məhsulların ölkədə istehsal olunan məhsullarla yaratdığı rəqabətlə bağlı mövcud situasiya «milli istehsalçıların müdafiəsi» haqqında tezisi doğurur. Öz-özünüdə belə bir məsələnin qoyuluşu doğru və düzgündür. Lakin məsələnin həlli texnoloji problemdir. İdxal kömrük rüsumlarının artırılması kimi iqtisadi metodların tətbiqi arzu edilən nəticəni vermədi, əksinə kifayət qədər ölkə iqtisadiyyatına ziyan gətirdi. Ölkə sənayesi yalnız antiinhisar qanunları ilə tənzimlənən rəqabətin mövcud olduğu bir zamanda effektiv inkişaf edə bilər. Milli istehsalçıların müdafiəsi əsasən protoksonist tədbirlərlə deyil, adekvat

olaraq öz məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyi və dünya topdansatış bazarında aktiv iqtisadi ekspansiya naminə məhsul istehsalçılarının investisiya və marketing siyasəti vasitəsilə həyata keçirilməlidir. Belə bir şəraitdə dövlətin vəzifəsi əlverişli hüquqi mühit və güzəştli vergi sistemi yaratmaqdan ibarət olmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, rəqabətqabiliyyətli istehsalın yaradılması məqsədilə investisiya siyasətinin aparılmasının effektiv forması bank və müəssisələri birləşdirən sənaye maliyyə qruplarının yaradılması hesab olunur. Müxtəlif profilli müəssisə, firma və digər təşkilatlar vahid menecment, vahid maliyyə, texnoloji və satış siyasəti aparırlar.

İstehsal inteqrasiyası və sənaye əməkdaşlığı ölkənin müasir beynəlxalq münasibətlər sistemində iştirak səviyyəsinin əsas göstəricisidir. İqtisadi qloballaşma şəraitində müasir sənaye məhsullarının əhəmiyyətli hissəsi istehsal əməkdaşlığının ən müxtəlif formaları ilə bağlıdır. Açıq iqtisadiyyat şəraitində beynəlxalq iqtisadi kooperasiyaların inkişafı Azərbaycanda tamamilə yeni keyfiyyətli hadisədir. İstehsal kooperasiyalarının respublikada təşəkkül tapmış ənənəvi formaları dünya təsərrüfatına inteqrasiya şəraitində müasir tələblərə əksər hallarda uyğun gəlmir. Yüksək texnologiyaların tətbiq edildiyi neft hasilatı və xidmət sferasından (rabitə, informasiya texnologiyaları sahələri) fərqli olaraq, beynəlxalq istehsal əməkdaşlıq sahəsi kimi emaledici sənaye sahələrində çətin iqtisadi situasiya davam etməkdədir.

Respublikanın sənaye müəssisələrinin tədarükat bazarının tədqiqi nəqliyyat və yol təsərrüfatının mövcud vəziyyətinin analitik qiymətləndirilməsindən, daha doğrusu, əmtəə hərəkəti prosesində məsrəflərin əsas hissəsi daşınmanın üzərinə düşür və əmtəələrin tədavül məsrəfləri, onların hərəkət sxemləri, itkilər və əmtəə bazarlarının effektivliyinə təsin göstərən başqa amillər nəqliyyatın işindən asılıdır (bax, cədvəl 2.4 və 2.5).

Cədvəl 2.4

Azərbaycan Respublikasının nəqliyyat sektorunda yüklərin daşınması strukturu  
(faizlə)

Nəqliyyat növü	1990	1995	2000	2005	2010	2014
Cəmi O cümlədən:	100	100	100	100	100	100
Dəmiryol	28,9	21,5	20,6	19,5	16,6	17,6
Dəniz nəqliyyatı	6,4	13,6	10,7	10,8	11,1	11,3
Aviasiya	0,01	0,1	0,1	0,05	0,03	0,06
Boru kəməri	9,5	31,5	22,0	20,0	17,8	15,5
Avtomobil	55,2	33,3	46,6	49,6	54,5	55,6

Məsələn, dəmiryol nəqliyyatının xüsusi çəkisi 1990-cı ildə 28,9%-dən 2005-cü ildə 17,6%-ə düşmüşdür. Avtomobil nəqliyyatı üzrə də aşağı artma müşahidə olunur, belə ki, elə həmin dövr ərzində bu nəqliyyat növü 55,25-dən 55,6%-ə yüksəlmişdir. Boru nəqliyyatı üzrə isə kəskin artma müşahidə olunur – 9,5%-dən 15,5%-ə; dəniz nəqliyyatı üzrə artım orta səviyyəlidir – 6,4%-dən 11,3%-ə; hava nəqliyyatı üzrə artım da orta səviyyəlidir – 0,01%-dən 0,06%-ə qədər.

1996-cı ildən başlayaraq nəqliyyat sektorunda müşahidə olunan sabit artım 2014-cü ildə də davam etmiş, son ildə bu sahədə fəaliyyət göstərən hüquqi və fiziki şəxslər tərəfindən 117,3 milyon ton və ya əvvəlki illə müqayisədə 6,7 faiz çox yük daşınmışdır. Daşınmış yüklərin 55,6 faizi avtomobil, 15,5 faizi boru kəməri, 17,6 faizi dəmiryol, 11,3 faizi isə dəniz nəqliyyatı vasitəsilə həyata keçirilmişdir. 1996- 2005-cü illərdə nəqliyyat sektorunda yük daşınması üzrə orta illik nisbi artım 14,0 faiz təşkil etmişdir.

Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizinin reallaşması ölkəmizin müstəqillik illərində əldə etdiyi uğurlu nailiyyətlərdən biri olmuşdur. Avropa və Asiya ölkələri arasında yüklərin qarşılıqlı olaraq faydalı və təhlükəsiz ötürülməsi sahəsində bu dəhliz ölkə iqtisadiyyatının inkişafına, yerüstü nəqliyyat kompleksinin formalaşmasına ciddi təsir edən amillərdən birinə çevirilmişdir. 2005-cü ildə Avropa-

Azərbaycan respublikası nəqliyyat sektorunda yüklərin daşınması  
(min ton)

	1990	1995	1999	2000	2001	2002	2005	2008
Cəmi, o cümlədən	277721	42020	67735	80180	92648	98445	11001	117317
Dəmiryol	80285	9038	14163	15876	15390	17464	20345	20674
Dəniz	17842	5713	7382	8779	10427	11381	13272	13209
Aviasiya	21	29	48	37	31	31	52	75
Bou kəməri	26462	13238	13979	15054	16517	15831	17262	18145
Qaz kəməri	10782	4228	3142	3280	5345	5854	5979	6557
Neft kəməri	15680	9010	10837	11774	11172	9977	11283	11588
Avtomobil	153111	12625	7955	8934	10426	10979	11846	12984

Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizinin Azərbaycan hissəsində 40,8 milyon ton və ya 1997-ci illə müqayisədə 7,3 dəfə çox yük daşınmışdır.

Ölkə üzrə yük daşınmasında daha böyük xüsusi çəkiyə malik olan avto-mobil nəqliyyatı ilə yük daşınması bütün nəqliyyat növləri ilə daşınan yüklərin 55,6 faizini təşkil etməklə əvvəlki illə müqayisədə 10,4 faiz artmışdır.

Dəmiryol nəqliyyatı ölkə iqtisadiyyatının inkişafında, nəqliyyat kompleksinin infrastrukturunun formalaşmasında, ölkə daxilində və ölkələrarası iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsində əsas rol oynayan nəqliyyat növlərindən biridir. Son ildə ölkədə daşınmış yüklərin 17,6 faizi, yük dövriyyəsinin üçdə bir hissəsi dəmir-yol ilə həyata keçirilmişdir. Dəmiryol nəqliyyatında yük daşınması əvvəlki illə müqayisədə 1,6 faiz artaraq 20,7 milyon ton təşkil etmişdir.



Dəniz nəqliyyatın 2005-cü ildə bütün nəqliyyat növləri ilə yük daşınmasının 11,3 faizini, yük dövriyyəsinin 29,1 faizini həyata keçirmişdir. Əvvəlki illə müqayisədə dəniz nəqliyyatı ilə yük daşınmasının həcmi 0,5 faiz artaraq 13,2 milyon ton olmuşdur.

Hava nəqliyyatı müəssisələri tərəfindən 2005-cü ildə 75,2 min ton və ya əvvəlki illə müqayisədə 45,5 faiz çox yük daşınmışdır. 1990-cı ildən etibarən daşınmaların ümumi həcmi 2,3 dəfə azalmışdır ki, buna da böyük dərəcədə yük daşınmaları üzrə tariflərin artması təsir göstərmişdir. Yükdaşıma prosesinin texniki təminatı aşağı düşmüşdür, yük avtomobillərinin işçi parkı 1990-cı ilin səviyyəsinin 79,3 faizini təşkil edir. Bu cüzi azalma nəqliyyat vasitələrindən ümumi istifadə səviyyəsinin (yükləmə əmsalı, yüksüz daşınmaların artması) aşağı düşməsilə müşayiət olunur. Sahə daxilində daşınmalar üzrə tələbin əhəmiyyətli dərəcədə düşməsi aşağıdakı amillərin təsiri ilə şərtlənir:

- respublikada istehsalın tənəzzülü;
- idarəetmə və təchizat sisteminin qeyri-mərkəzləşməsi, çoxlu sayda kiçik müəssisələrin yaranması və yüklərin porsiyalılığının (sifarişlilik) azalması;
- yüklərin müxtəlif nəqliyyat növləri ilə daşınması qiymətləri və tariflərinin və anbarlaşdırma və yükləmə-boşaltma əməliyyatları üzrə ödənmələrin artması;
- ykdəşıyanların yüklərin daşınması sürəti və onların saxlanılmasına qarşı tələblərinin artması;
- nəqliyyatın dəyərinin aşağı salınması məqsədilə ənənəvi təminat və təchizat sxemlərinə yenidən baxılması.

Uzun illər ərzində kapital qoyuluşları strukturunda resursların əsas hissəsi tranzit yük axınına xidmət göstərən obyekt və texniki vasitələrin inkişafına istiqamətləndirilirdi. Bununla da onların buraxılış qabiliyyəti artırılırdı. Ancaq magistral infrastrukturun inkişafı üzrə əhəmiyyətli həcmdə resursların ayrılması zamanı yeri yol təsərrüfatı – stansiyaların, yük həyətlərinin, konteyner terminallarının qurulması diqqət mərkəzindən kənar qalırdı ki, hansı ki, bunların inkişafı

yerli sənayenin yük axınlarının daha sürətlə və daha yaxşı işlənməsinə şərait yarada bilərdi. Mövcud sistemin konkret ərazinin maraqlarının və onun təsərrüfatının özü təşkil proseslərini nəzərə almayan planlı-böluşdürmə xarakteri respublikada nəqliyyat infrastrukturunun kompleks inkişafına imkan verə bilməzdi.

Respublikada əmtəə hərəkəti proseslərinə xidmət göstərilməsində bilavasitə iştirak edən infrastrukturun bir başqa elementi yol təsərrüfatıdır, ona görə də, yol şəbəkəsinin vəziyyətinin nəzərdən keçirilməsi və onun inkişafının əsas istiqamətlərinin müəyyən edilməsi məqsəduyğun olardı.

Azərbaycanın bütün avtomobil yollarının ümumi uzunluğu 2005-ci ilin əvvəli üçün 25 min km. təşkil etmişdir, onlardan 23,2 min km-i bərk örtüklü avtomobil yolları, 2,12 min km-i isə dəmiryolun payına düşür. Magistral boru kəmərlərinin uzunluğu isə 4,5 min km-dir. Uzun illər ərzində bizim ölkədə yol tikintisinə böyük diqqət yetirilir, həm maliyyə, həm də maddi resurslar ayrılırdı. Nəticədə, bir sıra il ərzində təmirsiz yollar çoxalmışdır ki, bunların da ləğv edilməsi çoxlu vəsait tələb edir. Yol şəbəkəsinin hazırkı texniki vəziyyətində avtomobillər Azərbaycan yollarında inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən təxminən 1,5 dəfə daha çox yanacaq sərf edirlər. Pis yol şəraitlərində avtomobillərə xidmət göstərilməsinin dəyəri 2,5-3,4 dəfə artır, avtomobil şinlərinin xidmət müddəti 1,15-1,8 dəfə azalır, avtomobilin istismar müddəti 30%-ə qədər ixtisar olunur, onun məhsuldarlığı isə iki dəfədən çox azalır.

Respublikada əmtəə hərəkəti prosesinin effektiv şəkildə təşkil edilməsi nəqliyyatın, anbar təsərrüfatının, yükboşaltma məntəqələrinin, kommertiya-vasitəçi strukturları və təsərrüfat subyektlərinin maraqlarının müxtəlif növlərinin uzlaşdırılması olmadan qeyri-mümkündür.

Aparılan hesablamalar belə məntiqi qənaətə gəlməyə imkan verir ki, sənaye istehsalında istehsal vasitələrinin xüsusi çəkisi tədqiqat aparılan illər üzrə artmaqda davam etmişdir. Təkcə onu qeyd etmək kifayətdir ki, əgər 1995-ci ildə sənaye istehsalında istehsal vasitələrinin xüsusi çəkisi 36,1% təşkil etmişdirsə, bu göstərici 2007-ci ildə müvafiq olaraq 17,1% artaraq 53,2%-ə çatmışdır. Bu rəqəm

ölkəmizdə istehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafını səciyyələndirə bilən statistik göstəricilərdən biridir. Lakin potensial imkanlardan istifadə, daxili bazarın qorunması və iqtisadi təhlükəsizlik baxımından sənayedə sahibkarlığın inkişaf səviyyəsi qənaətbəxş deyildir. Mövcud sənaye potensialından cəmi 25% istifadə olunur.

Yeni aşkar edilən təbii ehtiyat mənbələrinin istehsal dövriyyəsinə cəlb edilməsi, son illərdə sabit maliyyə sabitliyi əsasında müasir bazarın tələblərinə cavab verən istehsal sahələrinin yaradılması və bu əsasda mövcud sənaye potensialından səmərəli istifadə edilməsi sənayenin inkişafına əsaslı sürətdə təsir göstərmiş, istehsal vasitələrinin istehsalı sahəsində uğurlu nəticələrin alınmasına səbəb olmuşdur.

Sənayenin inkişafı üçün perspektiv istiqamətlərin müəyyənləşdirilməsi, müxtəlif səbəblərdən tam gücü ilə işləyə bilməyən müəssisələrin istehsal fəaliyyətinin bərpa edilməsi və tələbata uyğun yeni istehsal müəssisələrinin yaradılması, yerli resurslardan səmərəli istifadə etməklə regionlarda sənayenin inkişafına xüsusi diqqət yetirilməsi, investoqların regionlara cəlb edilməsi üçün əlverişli şəraitin yaradılması və onların hüquqlarının qorunması ilə bağlı tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün Azərbaycan Prezidentinin 2006-cı il 22 dekabr tarixli fərmanına uyğun olaraq Sənaye və Energetika Nazirlikləri tərəfindən müvafiq icra hakimiyyəti orqanları ilə birlikdə «Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafı üzrə Dövlət Proqramı (2007-2012-ci illər)» qəbul edilmişdir.

Proqramda istehsal müəssisələrinin beynəlxalq staqdartla keçidinin təmin edilməsi, sənaye müəssisələrinə qanunsuz müdaxilənin aradan qadırılması və normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi tədbirlərinin davam etdirilməsi, rəqabətə davamlı sənaye məhsullarının istehsalını təmin etməklə ixrac potensialının və idxalda yerli məhsulların xüsusi çəkisinin artırılmasına dair məsələlərə xüsusi önəm verilir.

Beləliklə, sənayenin dinamik inkişafını təmin etmək üçün dövlətin iqtisadi siyasətinin tərkib hissəsi kimi sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf strategiyası işlənib hazırlanmalı və aşağıdakı məsələlər prioritetlik təşkil etməlidir:

- tənzimlənən bazar iqtisadiyyatının strateji prinsiplərinə əsaslanmaqla innovasiya sahibkarlığı üstün inkişaf etdirilməlidir;

- aztullantılı və tullantısız texnologiyaların tətbiqinə, rəqabət qabiliyyətli son məhsul istehsalının genişləndirilməsinə, idxal - ixrac əməliyyatlarının səmərəliliyinin yüksəldilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Tədarükat bazarı, istənilən başqa növ bazarlar kimi, iki tərəfin maraqlarını birləşdirir – alıcı və satıcı. Adətən bunlar müxtəlif təşkilati-hüquqi mülkiyyət formalarına malik olan hüquqi şəxslərdir. Satıcı – istehsalçı firma və ya vasitəçi firmadır. Alıcı – bu və ya digər satılan avadanlığın qurulacağı və iş reciminə buraxılacağı müəssisədir. Bu zaman belə alıcının maraqları konkret avadanlıq və ya texnika növü üzrə tələblə, daha doğrusu, onun ümumi ekvivalenti kimi pulla ifadə olunmuş istehlak dəyəri (faydalılığı) üzrə tələblə müəyyən edilir. İstehsal-texniki təyinatlı məhsulun satıcısının maraqları isə geniş nomenklaturda təqdim edilmiş əmtəə təklifi ilə müəyyən olunur. Tədarükat bazarına təklif edilən bu məhsullar, özündə həmçinin müəyyən istehlak dəyərini əks etdirir. Ancaq o, öz növbəsində hələ əmtəə (maşın, avadanlıq, dəzgah, texnika və s.) dəyərində reallaşdırılmalıdır. Buna görə də, istehsal vasitələri satıcıları (istehsalçıları) və onların istehlakçıları arasında tələb və təklif formasında təzahür edən belə münasibətlər, ümumi halda, əldə edilmiş istehsal vasitələrinin istehsalı və son istifadəsi arasındakı iqtisadi əlaqələrin məcmusunu əks etdirir.

Təəssüf ki, tədarükat bazarı həddən artıq əlverişsiz iqtisadi situasiyada formalaşmağa başlamışdır. Əvvəlki təsərrüfat əlaqələri, həm şaquli, həm də üfiqi səviyyələrdə, ya müvazinətini itirmiş, ya da tamamilə qırılmışdır. Bu, öz növbəsində, istehsal-texniki təyinatlı məhsulların milli növlərinin istehsal həcmələrinin azalmasına gətirib çıxarmışdır. Onların aşağı keyfiyyəti və texniki xarakteristikaları da həmçinin istehsal vasitələrinin potensial alıcılarının idxala oriyentasiya etməsinə gətirib çıxarmışdır.

Ümumi halda, istehsal vasitələrinin milli bazarının tam şəkildə fəaliyyət göstərməsi üçün, fikrimizcə, aşağıdakı ilkin şərtlər lazımdır. Birincisi, tədarükat bazarı dedikdə, istehsal vasitələrilərinin istehsalçı və istehlakçıları arasında ortaya çıxan ekvivalent-mübadilə əməliyyatlarının məcmusunu əks etdirən iqtisadi kateqoriya başa düşüldüyü fikrindən çıxış etsək, əmtəə-pul münasibətləri, onların aktivləşdirilməsi, dərinləşdirilməsi və ümumiləşdirilməsinin rolu obyektiv olaraq artacaqdır. Əks təqdirdə, əmtəə-pul münasibətləri istehsal vasitələrilərinin mübadiləsinə natural formaya gətirib çıxaran və onların bazarda yayılmasını əngəlləyən müxtəlif növlü barter müqavilələri ilə əvəz oluna bilər.

İkincisi, tədarükat bazarının inkişafının vacib ilkin şərti kimi, istehsalçı firmalarla istehlakçı müəssisələr arasında yaranan birbaşa təsərrüfat əlaqələrinin genişləndirilməsi çıxış edir, çünki onlar arasında öz əməklərinin məhsullarının mübadiləsi üzrə yaranan hər bir iqtisadi münasibət, mahiyyət etibarilə, bir əlaqə formasıdır. Bu təsərrüfat əlaqələri ona görə birbaşa hesab edirlər ki, onlar hər hansı bölüşdürmə forması üzrə vasitəçilərə malik deyildirlər. Bu, əlbəttə ki, heç bir halda topdanvasitəçi firmaları istisna etmir. Yalnız onların kommersiya münasibətlərində tam partnyorluğu şərtilə.

## **2.2. Tədarükat bazarının dövlət tənzimlənməsi**

Respublika iqtisadiyyatı yetmiş ildən çox bir müddət ərzində keçmiş ittifaq səviyyəsində ierarxiya strukturlu inzibati-amirlik sisteminin, «planlı bazarın» tələbləri əsasında idarəedilmişdir. Odur ki, o vaxtdan formalaşmış istehsal strukturları kimi ayrı-ayrı məhsullar üzrə tədarükat bazarları da təbii ki, müasir bazar iqtisadiyyatının irəli sürdüyü prinsiplərə uyğun gəlmir və bütövlükdə tabeçilik əlamətindən və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq ölkəmizdə fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərinin cari və potensial tələbatlarını tam ödəmək qabiliyyətində deyilər.

Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrin çox əsrlik təcrübəsi göstərir ki, tək-cə bazar mexanizmi ümumilikdə cəmiyyətin bütün tələbatını ödəmək imkanına malik deyildir. Məhz buna görə də mülkiyyət formalarından, iqtisadi inkişaf səviyəsindən asılı olmayaraq dövlət iqtisadiyyatda özünün güclü nəzarət və tənzimləyici funksiyalarından hərtərəfli və ardıcıl istifadə etməlidir. Bu obyektiv zəruriyyət mahiyyət-cə bazar iqtisadiyyatının özündən, xüsusilə onun formalaşdırılması tələbindən irəli gəlir. Nobel mükafatı laureantı, dünya şöhrətli iqtisadçı alim V.İ.Leontyevin klassik ifadəsi ilə demiş olsaq «İqtisadiyyat gəmidir, dövlət onun sükanı, maddi maraq isə yelkəni hərəkətə gətirən küləkdir». Göründüyü kimi dövlət iqtisadiyyatın idarə edilməsində, onun tənzimlənməsində sadəcə olaraq seyrçi mövqe tutmamalı, ilk növbədə konkret formada istehsalı, ayrı-ayrı bazarların fəaliyyətini təşkil etmək vəzifəsini yerinə yetirməlidir. O, iqtisadiyyatın əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirməli, səmərəli idarəetmə, struk-tur, investisiya, maliyyə-kredit, vergi, gömrük siyasəti yeritməli, ciddi və sabit əmək, istehsal, intizamı yaratmaq əsasında büdcənin tamamlanması və tənzimlənməsində, bazarda azad rəqabət mühitinin yaradılmasında, təsərrüfat subyektlərinin sosial ədalətə tam uyğun gələn iqtisadi mənafelelərinin qorunmasında əvəz edilməz müdafiəçi olmalıdır. Bu baxımdan mövcud vəziyyətin düzgün qiymətləndirilməsi xalqımızın bu günü və cələcəyi baxımından misilsiz əhmiyyət kəsb edir. Məhz buna görə də klassik bazar iqtisadiyyatlı ölkələrin makroiqtisadi tənzimləmə forma və metodları bazar iqtisadiyyatına yenicə qədəm qoymuş ölkələr üçün başlıca meyar ola bilməz. Burada mərkəzləşdirilmiş sərt, direktiv planlaşdırmadan azad bazar iqtisadiyyatına keçid zamanı ölkənin start vəziyyəti, əhalinin milli ideologiyası, milli adət ənənələrə və demokratik dəyərlərə bağlılığı, ümumilikdə respublikada mövcud ictimaiyyəti və iqtisadi vəziyyət və s. bu kimi xüsusiyyətlər nəzərdən qaçırılmamalıdır.

Tədarükat bazarının yaradılması məsələsi onun formalaşması ilə bilavasitə bağlı olan mexanizmdən (proqramdan) istifadə etməklə kompleks həll edilməlidir. Bununla əlaqədar olaraq fəaliyyət proqramları da daxil olmaqla əmtənin təşkilədi

subyekt kimi müəssisələrin yaradılması və inkişafı konsepsiyasını işləyib hazırlamaq lazımdır. Konsepsiyada tədarükat bazarının fəaliyyəti üçün iqtisadi, təşkilati və hüquqi baxımdan əsas verən mühüm müddəalar öz əksini tapmalıdır.

Biz tədarükat bazarının yaradılması və fəaliyyət konsepsiyasının məqsədəuyğun hesab etdiyimiz variantını təklif edirik.

Konsepsiyanın əsas bölmələrini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq məqsədəuyğundur:

Əsas müddəalar: «tədarükat bazarı» anlayışı və onun mahiyyəti; bu tip müəssisələrin fəaliyyət xüsusiyyətləri, ayrı-ayrı tədarükat bazarlarının seçilməsinin əsaslandırılması;

1. Tədarükat bazarının fəaliyyəti üçün normativ-hüquqi bazanın yaradılması və reallaşdırılması;

2. Tədarükat bazarının iqtisadi fəaliyyət mexanizminin işlənib hazırlanması;

3. Tədarükat bazarının yaradılması və fəaliyyətinin tənzimlənməsi üzrə dövlətin tədbirlər sisteminin formalaşdırılması;

4. Tədarükat bazarının yaradılması alqoritmi;

5. Tədarükat bazarının yaradılmasının iqtisadi səmərəliliyi.

Konsepsiyanın sadalanan bölmələrinin mahiyyətini aşağıdakı formada açıqlamaq mümkündür:

#### **BİRİNCİ BÖLMƏ. ƏSAS MÜDDƏALAR**

Tədarükat bazarı - müəyyən yerdə və müəyyən qayda üzrə istehsal-texniki təyinatlı məhsullar və xalq istehlakı malları üzrə alqı-satqı əməliyyatlarının aparılmasını təşkil edən müəssisədir. Tədarükat bazarı müxtəlif orientasiyalara malik ola bilər. Tədarükat bazarının əsas təsnifat əlaməti inzibati-ərazi bölgüsü, funksional orientasiya və ixtisaslaşma hesab edilir. Öz növbəsində ərazi bazarları istehsal (istehsalçı üçün) və istehlak (istehlakçı üçün) yerlərində bazarlara ayrılır. Bizim nümunədə bazarın bu iki tipinin kombinasiyasından istifadə olunması məqsədəuyğundur. Məhsulların çeşid genişliyi baxımından onlar ixtisaslaşmış və universal xarakterli ola

bilərlər. Hal-hazırda özünü iqtisadi cəhətdən doğrultmuş qərar, universal topdansatış bazarlarının yaradılması hesab edilə bilər.

Universal tədarükat bazarının yaradılmasında strateji məqsəd – istehsalçı, topdan-vasitəçi və istehlakçılar arasında qarşılıqlı marağı və təsərrüfat əlaqələrini bazar prinsipləri əsasında optimal formalaşdırmaqla, istehsalçının və istehlakçının cari və potensial tələbi baxımından məhsulların istehsalı və bölüşdürülməsini tənzimləməklə, məhsul istehsalçılarını stimullaşdırmaqla respublika və regional xarakterli əmtəə bazarında məhsul bolluğu yaratmaqdan ibarətdir.

Tədarükat bazarının taktiki məqsədləri:

- həm respublika, həm də regional səviyyədə istehsalçıların sifariş portfelini formalaşdırmaq və onlarda təsərrüfat fəaliyyəti üçün motivasiya yaratmaq;

- istehsal edilən əsas məhsulların böyük hissəsinin reallaşdırılmasında istehsalçılara zəmanət vermək;

- müəyyən növ istehsal-texniki təyinatı məhsulların və xalq istehlakı mallarının istehlakını, respublikaya gətirilməsini və onun hüdudlarından kənara çıxarılmasını tənzimləmək;

- xarici iqtisadi fəaliyyəti aktivləşdirmək;

- rəqabət bazarına sərbəst girişi təmin etmək.

Qoyulan məqsədlərə uyğun olaraq yaradılan tədarükat bazarı aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirə bilər:

- sənaye müəssisələrində istehsal edilən və bu tip müəssisələrdə, eləcə də topdan-vasitəçi strukturlarda mövcud olan istehsal-texniki təyinatlı məhsulların və xalq istehlakı mallarının tədarükü və topdansatışının təşkili;

- bazar konyunkturası nəzərə alınmaqla tələbin aşkar edilməsi və sifariş portfelinin formalaşması əsasında istehsalı planlaşdırılan istehsal vasitələri və xalq istehlakı mallarının tədarükü və topdansatışının təşkili;

- tələb və təklif haqqında obyektiv informasiyalara əsaslanmaqla reallaşdırılacaq məhsullara bazar qiymətinin formalaşdırılması;



- istehsal-texniki təyinatlı məhsulların əə xalq istehlakı mallarının istehsalçıları və istehlakçılara xidmət göstərilməsi;
- dövlət ehtiyaclarının ödənilməsi üçün məhsulların tədarük edilməsinin təşkili;
- daxili və xarici bazarlarda respublika istehsaçılarının məhsullarının irəlilədilməsi üçün yarmarka-sərgi fəaliyyətinin təşkili və onun genişləndirilməsi.

#### **İKİNCİ BÖLMƏ. TƏDARÜKAT BAZARININ FƏALİYYƏTİNİN NORMATİV-HÜQUQİ TƏMİNATI**

Tədarükat bazarının normal fəaliyyəti üçün normativ-hüquqi bazanın yaradılması mövcud konsepsiyanın mühüm bölmələrindən birdir. Bu məsələnin həlli çərçivəsində tədarükat bazarları sisteminin fəaliyyətini tənzimləyən normativ sənədlər paketinin işlənilib hazırlanması zəruridir. Mövcud bölmə, hər şeydən əvvəl, tədarükat bazarlarının hüquqi stratusu haqqında, ticarətin aparılması qaydalarının formalaşması və digər bu kimi məsələlərin həllini tələb edir.

Tədarükat bazarının təşkilati-hüquqi və mülkiyyət forması müxtəlif ola bilər. Tədarükat bazarı və topdan ticarət haqqında Azərbaycan Respublikasının qanununun olmadığını nəzərə alsaq belə bir müəssisəni fəaliyyəti «Səhmdar cəmiyyətlər haqqında» Azərbaycan Respublikasının qanunu ilə tənzimlənən açıq səhmdar cəmiyyət formasında yaratmaq daha məqsədəuyğundur. Səhmdar cəmiyyətlərin fəaliyyəti xüsusi, dövlət, bələdiyyə və digər mülkiyyət növlərinə mənsub olan əmlak və maliyyə vəsaitlərinin birgəliyinə əsaslanır. Bu tip təşkilati-hüquqi formanın üstün cəhəti onun mülkiyyət münasibətləri ilə bağlılığından irəi gəlir. SC səhmdarların mülkiyyət öhdəliklərinə məsuliyyət daşır. Səhmdarlar cəmiyyətdən çıxan zaman məhz özlərinə mənsub olan səhm paketini satır və bu da tədarükat bazarının maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinə təsir göstərmir.

Cəmiyyətin səhm kapitalını formalaşdıran iştirakçılar dövlət hakimiyyət orqanlarından başqa həmçinin milli sahibkarlar və xarici firma və müəssisələr ola bilər. Bütün potensial investiorları vaciblik dərəcəsinə görə; tədarükat bazarının

yaradılmasında potensial cəlb etmə miqyasına görə; maliyyə imkanlarına görə bir neçə qrupa bölmək olar:

Birinci qrup investorları Respublikanın Nazirlər Kabineti və ya İqtisadi İnkişaf Nazirliyi formalaşdırır. Bu tip investiorların üzərinə əsas maliyyə xərcləri və tədarükat bazarının yaradılması üzrə işlərin təşkili düşür.

İkinci qrup investiorlara respublika ərazisində fəaliyyət göstərən və böyük həcmdə kredit vermək imkanlarına malik müxtəlif investisiya fondları, maliyyə institutları, sənaye maliyyə qrupları aid edilir: «ABŞ-Azərbaycan» investisiya fondu, Avropa Yenidən Qurma və İnkişaf Bankı, İslam İnkişaf Bankı və s.

Üçüncü qrup investiorları (ilk növbədə Azərbaycanda tədarükat bazarının inkişafı ilə əlaqədar beynəlxalq layihələrdə iştirak etmiş və ya edən) xarici dövlət və xüsusi təşkilatlar yarada bilər.

Dördüncü qrup investiorlar Azərbaycan sənaye-maliyyə qruplarına və banklarına daxil ola bilərlər. Əgər bu strukturlar respublikanın sənaye müəssisələrinin səhmlərinə malikdirsə, onda bu xüsusilə daha aktualıq kəsb edir.

Nizamnamə kapitalını maliyyə baxımından zənginləşdirmək torpaqdan, binalardan, bazarın infrastruktur obyektlərindən, rabitə vasitələrindən və s. istifadə hüquqi verir. Belə bir halda dövlət idarəetmə orqanları mövcud vəsaitdən bütünlükdə respublikanın, eləcə də ayrı-ayrı iqtisadi regionların, öz istehsalçıları və istehlakçılarının mənafeyi naminə istifadə etmək imkanı qazanır.

Artıq maliyyə vəsaitləri cəlb etmək məqsədilə səhmdar cəmiyyət əlavə olaraq səhmlər və qiymətli kağızların emissiyasını həyata keçirir.

Normativ-hüquqi bazanın yaradılmasında əsas cəhətlərindən biri məhz tədarükat bazarında ticarət qaydalarının işlənilib hazırlanmasından ibarətdir. Qeyd etmək lazımdır ki, hal-hazırda respublikanın qanunvericilik bazasında respublikanın ərzaq məhsulları bazarında topdansatış ticarətinin aparılması qaydalarını müəyyənləşdirməyə imkan verən kifayət qədər normativ sənədlər mövcuddur.

Müəssisənin nizamnaməsinin işlənilib hazırlanması da normativ sənədlər sırasına aid olunur. Tədarükat bazarının nizamnaməsini işləyib hazırlayan zaman idarəetmə orqanı kimi tərkibinə təsisçilərin nümayəndələri və tədarükat bazarının baş direktorunun daxil olduğu Direktorlar Şurasının yaradılması təklif olunur. Ümumi siyasəti müəyyənləşdirən, icraçılar və qanunvericilik orqanları ilə əlaqələr quran Direktorlar Şurası ictimai əsaslarla fəaliyyət göstərəcək.

### **ÜÇÜNCÜ BÖLMƏ. TƏDARÜKAT BAZARININ İQTİSADI FƏALİYYƏT MEXANİZMİ**

Tədarükat bazarının iqtisadi fəaliyyət mexanizmi aşağıdakı obyektiv şərtlərlə bağlıdır:

- tədarükat bazarının fəaliyyəti özünüödəmə prinsipi əsasında həyata keçirilməlidir. Onun gəlirləri bazarda müxtəlif xidmətlər göstərən işçi heyətinin əmək haqqı xərclərini, bazarın maddi-texniki bazasının təmin edilməsi və inkişafına çəkilən məsrəfləri ödəməlidir.

Tədarükat bazarı üçün gəlir mənbələri:

1. Topdansatış ticarətdə iştirak etmək hüquqi qazanmaq üçün daimi və birdəfəlik müştərilərdən tutulan haqlar;

2. Tədarükat bazarı tərəfindən ticarət iştirakçılarına göstərilən xidmətlərə (nəqliyyat, yükləmə-boşaltma əməliyyatları, ekspertiza, hüquq məsləhətləri, marketing tədqiqatları və digər logistik xidmətlər) görə tutulan yığım, tarif və digər tədiyələr;

3. Tədarükat bazarında vasitəçilik xidmətinə görə topdan vasitəçilər tərəfindən alınan haqlar, bazarın xeyrinə tutulan komissiyon ödəmələr və s.

4. Tədarükat bazarının daxili sənədləri ilə müəyyənləşdirilən ticarət və digər qaydaların pozulmasına görə ödənilən cərimələr;

5. Anbar sahələrinin, ofis binalarının, nəqliyyat vasitələrinin, yükləmə-boşaltma avadanlıqlarının icarəyə verilməsinə görə ödənilən icarə haqlarından ibarətdir.

Tədarükat bazarının bütün xərcləri (maddi-texniki bazanın saxlanması və inkişafı, müxtəlif növ xidmətlərin göstərilməsi) mütləq kalkulyasiya olunmalı və tariflərdə öz əksini tapmalıdır.

Gəlirlərin kalkulyasiyası zamanı bazarın xərclərini və satılacaq məhsulların proqnozlaşdırılan həcmi nəzərə almaq lazımdır.

#### **DÖRDÜNCÜ BÖLMƏ. TƏDARÜKAT BAZARININ YARADILMASI VƏ FƏALİYYƏTİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİ ÜZRƏ DÖVLƏTİN TƏDBİRLƏR SİSTEMİ**

Nə qədər ki, tədarükat bazarı dövlət kapitalını özündə birləşdirən müəssisə kimi fəaliyyət göstərəcək, onun yaradılması və inkişafı üçün tələb olunan bütün imkan və vasitələrdən istifadə etmək lazım gəlir. Dövlətin tədbirlər sistemi özündə iqtisadi, hüquqi və təşkilati metodları birləşdirir.

İqtisadi tədbirlər paketinə tədarükat bazarının yaradılmasının investisiya baxımından həvəsləndirilməsini, güzəştli vergiqoyma və kreditləşməni aid etmək olar. Tədarükat bazarının yaradılması və inkişafını investisiya baxımından həvəsləndirən dövlətin müdafiə tədbirləri çərçivəsində aşağıdakıları nəzərdə tutan vergiqoyma sisteminə keçidi reallaşdırmaq tələb olunur:

- tədarükat bazarının avadanlıq və digər əsas vəsaitlərin məhsulgöndərənlərinə ödəyəcəyi əlavə dəyər vergisinin ödənilməsi;

- tədarükat bazarının müdafiə edilməsi və inkişafına istiqamətlənmiş dövlət hüquqi şəxslərin vəsaitlərinin mənfəət vergisindən və fiziki şəxslərin işə gəlir vergisindən azad edilməsi;

- tədarükat bazarlarına kredit verən kommersiya banklarına vergi ödəmələri üzrə güzəştlərin verilməsi;

- öz vəsaitlərini maddi-texniki bazanın inkişafına yönəldən sənaye müəssisələri, tikinti və digər sahələr üçün güzəştli vergilərin tətbiq edilməsi.

Tədarükat bazarının inkişafını nəzərdə tutan və ona istiqamətlənən vergi sistemi, bu bazarın əmtəə dövriyyəsinin artmasını, milli istehsalçıların məhsullarının daxili və xarici bazarlara yeridilməsinin sürətləndirilməsini, bazarın maddi-texniki

bazasının inkişafını stimullaşdırmalıdır. Tədarükat bazarının yaradılması proqramını müvəffəq həyata keçirən və bu sahədə kifayət qədər təcrübəyə malik olan sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə müxtəlif vergi güzəştləri tətbiq edilir:

- tədarükat bazarları tam şəkildə əmlak vergisindən, qismən isə torpaq vergisindən azad edilir;

- kommunal xərclər və elektrik enerjisindən istifadəyə görə isə güzəştli tariflər tətbiq olunur.

Tədarükat bazarının müdafiə edilməsi və inkişafını təmin edən hüquqi metodlara:

- tədarükat bazarının fəaliyyəti ilə bağlı qanunvericilik aktlarının və normativ sənədlərin işlənilib hazırlanmasına köməklik göstərmək;

- nizamnamə kapitalında payçı kimi iştirak etmək;

- tədarükat bazarının idarəetmə orqanlarında dövlət nümayəndəliyi aid edilir.

Yerli icra hakimiyyəti orqanları tərəfindən tədarükat bazarının təşkilatı baxımdan təmin edilməsinə isə:

- tədarükat bazarının informasiya bazasının yaradılmasına köməklik göstərmək;

- tədarükat bazarında faydalı sahələrin ofis, nümayiş və ticarət zalları kimi ayrılmasına və güzəştli şərtlərlə icarəyə verilməsinə yardımçı olmaq;

- tədarükat bazarları vasitəsilə dövlət ehtiyacları üçün məhsulgöndərmələr üzrə sövdələşmələrin bağlanmasını təşkil etmək;

- tədarükat bazarları vasitəsilə respublika üçün strateji əhəmiyyətli məhsulların tədarükü üzrə sövdələşmələrin bağlanması üçün tövsiyələr vermək;

- dəyirmi masa, biznes-görüşlər, direkt-meyl keçirmək yolu ilə istehsalçı, topdan və pərakəndə satıcıları tədarükat bazarlarına cəlb etmək üçün geniş miqyaslı təbliğat-təşviqat işlərini təşkil etmək;

- tədarükat bazarını əsaslandırılmış şəkildə optimal yerləşdirmək, tədarükat bazarları vasitəsilə reallaşdırılan məhsulları anbar kimi müvəqqəti saxlamaq üçün

istifadə olunan topdansatış ticarəti müəssisələrini seçmək məqsədilə bir sıra tədqiqat işlərini həyata keçirmək;

- tədarükat bazarları üçün ixtisaslı kadrların hazırlanmasına köməklik etmək.

#### **BEŞİNCİ BÖLMƏ. TƏDARÜKAT BAZARININ YARADILMASI ALQORİTMİ**

Tədarükat bazarının yaradılmasını təmin etmək üçün mütləq, tərkibinə icra hakimiyyəti orqanlarının bütün maraqlı strukturlarının nümayəndələrinin (konkret tədbirlərin icra edilməsi həvalə edilməklə) daxil olduğu işçi qrupunu təşkil etmək lazımdır. Bu sahədə işlərin koordinatoru kimi marketing və logistik mərkəzlər çıxış etməlidir.

Tədarükat bazarının yaradılması üzrə işləri iki mərhələdə həyata keçirmək lazımdır:

BİRİNCİ MƏRHƏLƏ - tədarükat bazarı üçün təşkilati-iqtisadi, normativ və təsis sənədlərinin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir. Təşkilati-iqtisadi prosedura respublika ərazisində nəqliyyat və digər kommunikasiya, işgüzar aktivlik, gömrük keçid məntəqələrinə yaxınlıq, anbar mühafizə obyektlərinin mövcudluğu, mübadilə sferasına xidmət göstərən bu tip bazarların yaradılmasında müxtəlif səviyyəli yerli hakimiyyət orqanlarının maraq və güclərinin konsolidasiyası, maliyyə-kredit müəssisələrinin hazırlıq dərəcəsi, eləcə də respublika ərazisində satılacaq məhsulların həcminə və keyfiyyətinə nəzarətə görə cavabdehlik məsuliyyəti daşıyan dövlət təşkilatlarının nöqtəyi-nəzərindən tədarükat bazarlarının yerləşdirilməsi üçün əlverişli yerlərin seçilməsi daxil edilir. Sadalanan bu qrup elementlər içərisində tədarükat bazarının yaradılacağı regionun, ərazinin maliyyə orqanlarının bu bazarın yaradılması ilə bağlı layihələrin işlənilib hazırlanmasını maliyyələşdirmək, nizamnamə kapitalı və bazarın idarəedilməsində iştirak etmək, heyətin öyrədilməsi, təlimləndirilməsi ilə əlaqədar çəkilən xərcləri ödəmək, reklam tədbirlərini aparmaqla bağlı imkanların müəyyənləşdirilməsi məsələsinə xüsusi diqqət yönəltmək lazım gəlir.

İKİNCİ MƏRHƏLƏDƏ – tədarükat bazarının infrastrukturunu yaratmaqdan, istehsalçı müəssisələri tədarükat və satışın bu təşkilati formasına cəlb etməkdən, ayrı-

ayrı topdan vasitəçilərin fəaliyyətini bu və ya digər şəkildə bu bazara istiqamətləndirməkdən ibarətdir. Bu mərhələdə tədarükat bazarının marketinq mərkəzi fəaliyyətə başlayır, milli istehsalçılar və istehlakçılar haqqında əsas məlumat bankının formalaşdırılması, eləcə də xarici informasiya sistemlərinə çıxış təmin edilir, tədarükat bazarının müştərilərinə mütəmadi olaraq xidmətlər göstərilir. Eyni zamanda sınaq ticarəti təşkil etməklə tədarükat bazarının fəaliyyəti, işlək vəziyyətdə olması yoxlanılır.

ÜÇÜNCÜ MƏRHƏLƏ - tədarükat bazarının fəaliyyətə başlaması, normativ-hüquqi, maliyyə-kredit, informasiya – texniki, kadr təminatının keyfiyyətə təkmilləşdirilməsi, milli və dünya təsərrüfat sisteminə inteqrasiya mərhələsidir.

Beləliklə, respublika tədarükat bazarının yaradılması və fəaliyyəti konsepsiyasının reallaşdırılması:

- respublika məhsulgöndərənlərinin (ilk növbədə təbii resurslardan istifadə edən sahələrin) təkliflərini əlaqələndirmək və bir yerdə mərkəzləşdirmək;

- onlar üçün rəqabət bazarına çıxış imkanları yaratmaq;

- tədarükat bazarı vasitəsilə satılacaq məhsulların real bazar qiymətlərinin formalaşmasına təsir etmək;

- tədarükat bazarında sivil rəqabət mühiti yaratmaq hesabına maliyyə hesablaşmalarını, eləcə də əmtəə maliyyə və informasiya axınlarının yüksək texnoloji sistemini yaratmaq əsasında məhsulyeridilişi ilə bağlı bütün prosesləri sürətləndirmək və sadələşdirmək;

- tədarükat bazarında vasitəçilərin xidmətindən istifadəyə üstünlük verməklə məhsul satışı sistemini yaratmaq və istehlakçıdan istehsalçıya qədər əks əlaqə qurmaq hesabına ayrı-ayrı regionlar və bütünlükdə respublika üzrə istehsalçıları müdafiə etmək;

- məhsulların optimal bölüşdürülməsini həyata keçirmək üçün dövlətin sivil nəzarətini təmin etmək;

- geniş çeşidli məhsulların tədarükatı ilə bağlı çəkilən məsrəfləri minimumlaşdırmaq məqsədilə istehsalçı müəssisələri müdafiə etmək;

- topdansatış ticarəti strukturlarının və məhsul istehsalçılarının bütün əmtəə axınlarını leqallaşdırmaq və bununla da respublika büdcəsinin doldurulmasına imkan yaratmaq.

Yuxarıda şərh olunanları ümumiləşdirərək qeyd etmək olar ki, respublikanın hər bir iqtisadi regionu istehsal-texniki təyinatlı məhsulların müstəqil bölüşdürülməsi sistemində malik olmalıdır. Belə bir mühüm faktor iqtisadi sabitliyə – əmtəə bazarına nəzarət edilməsinə, dempinq təyinatlı məhsulların geniş yayılmamasına və regional istehsalçıların müdafiəsinə şərait yaradar. Digər tərəfdən, qeyd edilən faktorun mövcudluğu məhsulların mübadilə edilməsi baxımından heç də digər regionlarla iqtisadi inteqrasiya əlaqələrindən imtina edilməsi demək deyil. Odur ki, respublika üzrə istehsal-texniki təyinatlı məhsulların tədarükat bazasının inkişafı istər respublikadaxili, istərsə də xarici iqtisadi əlaqələrin inteqrasiyası prosesini aktiv formada stimullaşdıran əsas amil hesab etmək mümkündür. Tədarükat bazasının yaradılmasını bazar təsərrüfatçılığı yolunda konkret addım kimi qiymətləndirmək olar.

### **2.3. Müəssisələrdə tədarükat proseslərinin logistik idarəedilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi**

Tədarükat bazarı subyektlərinin-strukturlarının bazara transformasiyası məsələsi onların bazar şəraitində uyğunlaşması və bu şəraitdə fəaliyyət göstərmələrinə imkan verən səmərəli davranış tərzinin seçilməsi zəruriliyi ilə diktə olunur. Bazar münasibətləri sistemində tədarükat fəaliyyəti ilə məşğul olan topdansatış strukturlarının yeni təşkilatı-iqtisadi modeli onların fəaliyyətində bir çox parametrlərin dəyişilməsinə səbəb olmuşdur. Buna görə də tədarükat bazasının subyektləri ilə təsərrüfat əməkdaşları arasında münasibətlər sisteminin bazar reallığına uyğun qurulması sözügedən bazanın normal fəaliyyətinin bir növ təminatçısına



çevrilir. Yəni, tərəflər arasında qurulan təsərrüfat əlaqələrinin forması da obyektiv iqtisadi şəraitin tələblərinə adekvat transformasiya olunmalıdır.

Yerinə yetirilən buraxılış işi bir daha sübut edir ki, son dövrlərdə iqtisadi həyatda baş verən mütərəqqi yeniləşmələr təsərrüfat subyektləri arasında qarşı-lıqlı fəaliyyət metodlarında da dərin dəyişikliklərin əmələ gəlməsinə səbəb olmuşdur. Bu zaman nəzərə almaq lazımdır ki, baş verən dəyişiklərin heç də hamısı müsbət yük daşımır. Belə ki, uzunmüddətli bir dövr üçün özünün stabilliyi ilə seçilən ticarət-istehsal qarşılıqlı əməkdaşlıq münasibətləri əhəmiyyətli dərəcədə pozulmuşdur. Yeni əməkdaşlıq forması hesab edilən kontrakt sisteminin fəaliyyət mexanizmi və onun işlənilib hazırlanması səviyyəsi isə qənaətbəxşedici deyil. Hələ bu gün də əmtəə mübadiləsində iqtisadi cəhətdən o qədər də məqsədamüvafiq hesab edilməyən barter sövdələşmələri praktikası davam etdirilir. Eyni zamanda mübadilə sferasında əmtəələrin alqı-satqı prosesində zəncirvari təkrar vasitəçilik əməliyyatlarının sayı artmaqdadır (cədvəl 3.1).

Maraqlı məqam ondan ibarətdir ki, bazar münasibətlərinin az-çox inkişaf etdiyi bu gün də istehsal vasitələrinin mübadiləsi sferasında servis və digər növ xidmətlərin aşağı səviyyəsi, məhsulların satış funksiyası ilə onların süni əlaqəsizliyi hələ də «qorunub» saxlanılır. Hal-hazırkı dövrə qədər mübadilə sferasının maddi-texniki, kommunikasiya və informasiya bazarı hədsiz dərəcədə aşağıdır. Sadalanan bu infrastruktur əsaslar hələ məhsulların planlı qaydada bölüşdürüldüyü keçmiş inzibati-amirlik sisteminin də tələblərinə cavab vermirdi. Bu gün fəaliyyətlərini bazar mexanizminin tələbləri səviyyəsində qurmağa cəhd göstərən sahibkarlıq strukturları infrastruktur kompleksinin çatışmaması faktının xüsusi ilə kəskin hiss edirlər. Bu zaman xarici ölkələrin mütərəqqi təcrübəsindən birbaşa yararlanmaq, fəaliyyət mexanizmini işlək alqoritmlər üzərində qurmaq ölkə iqtisadiyyatının spesifik xüsusiyyətləri və bazar münasibətlərinin kamillik səviyyəsinin aşağı olması baxımından olduqca çətinidir. Bununla əlaqədar olaraq bazar tipli iqtisadiyyatın formalaşması xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla topdansatış strukturlarının təsərrüfat

əməkdaşları ilə qarşılıqlı fəaliyyət mexanizminin işlənilib hazırlanması olduqca aktualıq kəsb edir.

Cədvəl 3.1

Məhsulların tədarükatı və satışı zamanı təkrar vasitəçilik əməliyyatları  
(anket soğusunun nəticələrinə görə)

Məhsulun növü	Digər vasitəçi təşkilatların ayrı-ayrı məhsul növlərinin tədarükatı və satışında xüsusi çəkisi, %-lə	
	tədarükat zamanı	satış zamanı
Qara metal	53,5	1,2
Əlvan metal	53,1	-
Kimya və lak boyaq məhsulları	51,2	24,4
Tikinti materialları	48,1	32,9
Kağız məhsulları	37,3	12,3
Elektrotexnika, kabel məhsulları	56,3	30,3
Maşınqayırma məhsulları	5,7	23,5
Yastıqlar və alətlər	34,0	30,4
Sair məhsullar	20,4	22,2

Bazarın infrastruktur elementlərindən biri kimi topdan-vasitəçi təşkilatlar «istehsalçı – ticarət strukturları – istehlakçı» logistik dövrünün mərkəzi həlqəsini təşkil etdiklərindən öz əməkdaşlarının iqtisadi mənafeleləri ilə razılaşıaraq onların logistik dövrünün başlanğıc və son həlqələrinə qoşulmasını təmin edirlər.

Tədarükat bazarının fəaliyyət sistemini maliyyə, material və əmək resurslarının kəmiyyəti və tərkibi, bazarın daxili və xarici mühiti haqqında informasiyaların həcmi kimi giriş parametrləri xarakterizə edir. Sistemin çıxış göstəriciləri onun özünün təsərrüfat tərəfdaşları ilə qarşılıqlı fəaliyyətdə olan və mikro və makroiqtisadi tənzimləmə vasitələri kompleksi ilə idarəetmə təsirlərinə məruz qalan subyektlərin fəaliyyətinin nəticələri hesab edilir. Çıxış parametrləri yerinə yetirilən

ticarət-vasitəçi xidmətlərin həcmi və keyfiyyəti, mənfəətin həcmi ilə müəyyənləşir və məhsulyeridilişinin təşkilinin logistik prinsipə (bazara tələb olunan məhsulu zəruri kəmiyyətdə, lazım olan müddətdə və ehtiyac yaranan yerdə təklif etmək) uyğun gəlməsi dərəcəsi ilə xarakterizə olunur.

Bu gün tədarükat bazarının çıxış parametrlərinin vəziyyəti hər şeydən əvvəl, topdan-vasitəçi strukturların öz əməkdaşları ilə qarşılıqlı fəaliyyət metodlarının inkişaf səviyəsindən, həmçinin resurs potensialının çatışması və logistik vasitələrdə daxil olmaqla təsərrüfatı idarəetmə mexanizminin təkmillik səviyəsindən asılıdır.

Ticarət fəaliyyətinin həyata keçirilməsi tələb və təklifin öyrənilməsi, sifarişlərin qəbulu və yerləşdirilməsi, məhsulların tədarükəti, nəqliyyətin təşkili, məhsulların anbarlaşdırılması və saxlanması, satış, yükləmə-boşaltma funksiyalarının yerinə yetirilməsi ilə əlaqədardır. Göstərilən funksiyaların səmərəli reallaşması yollarının axtarılması marketinq (istehlakçılarının bazar tələbinin dolğun ödənilməsinə istiqamətlənmiş istehsalın idarəedilməsi, bazara məhsulyeridilişi və məhsul satışı) və logistik (məhsulların fiziki yerdəyişməsi üzrə kompleks məsələlərin həll edilməsi və xarici mühitdə istehlakçıların nəqliyyat-ekspedisiya xidmətlərinə və təchizat-satış xarakterli işlərə tələbatlarının dolğun ödənilməsi üçün material axınlarının idarəedilməsi sahəsində istifadə olunan potensial imkan və vasitələr) konsepsiyalardan intensiv istifadə olunması zəruriyyətini meydana çıxarır. Logistikanın konsepsiyası ticarət-vasitəçilik fəaliyyətinə bütöv bir mexanizm kimi baxmağa imkan verir.

Ticarət vasitəçilərinin səmərəli fəaliyyəti tədarükətin planlaşdırılması və məhsulların bazaya və bazadan göndərilməsinin təşkilindən, bu proseslərin yerinə yetirilməsinə operativ nəzarətin təşkilindən və cari vəziyyəti uçota almaqla onların tənzimlənməsindən asılıdır.

Məhsulgöndərmələrə operativ reaksiya verən sistemin vəzifəsi tələbin fasiləsiz ödənilməsinə təşkil etmək, vahid proses kimi istehsal, təchizat istehlak proseslərini tənzimləməklə istehlakçıların (alıcıların) material resursları (əmtəəlik məhsullar) ilə

təminatında arzu edilməz kənarlaşmaları ləğv və ya azaltmaqdan ibarətdir. Bu logistik sistem topdan-vasitəçi təşkilatların fəaliyyət mexanizminin üzvü hissəsi olmaqla iqtisadi vasitələr və təsərrüfatçılıq metodlarından istifadə edilməsinə, həmçinin mübadilə sferasında əməkdaşlar arasında münasibətlərin tənzimlənməsinə əsaslanır.

Sistem tədarükat bazarının subyektləri ilə işlərin aşağıdakı istiqamətlər üzrə təşkilini nəzərdə tutur:

- tələb və təklif münasibətlərinə təsir edən faktorlara, məhsul göndərmələr üzrə əməkdaşlar arasında mövcud qarşılıqlı münasibətlərə, iqtisadi vasitələrin fəaliyyətinə nəzarət;

- tələb və təklif münasibətlərinin təhlil və proqnozlaşdırılması, əmtəə bazarının konyukturasının öyrənilməsi, məhsul göndərmələrin həyata keçirilməsində cari vəziyyətin təhlili;

- müxtəlif təşkilati-iqtisadi formalarda (xüsusi ehtiyatların bərpa edilməsi və genişləndirilməsi; kontraktlar üzrə istehsalçılardan məhsulların tədarükü; komissiyon ticarətin təşkili, idxal yönümlü məhsulların tədarükü; müqavilə qiymətləri üzrə əlavə məhsul istehsalının təşkili; məhsul istehsalçıları ilə birlikdə vasitəçilərin bazalarında saxlanması nəzərdə tutulan ehtiyatların yaradılması və s.) zəruri həcmdə material resursları ehtiyatının, yəni, bufer sisteminin yaradılması;

- istehlakçılara satılacaq məhsul haqqında (onun texniki parametrləri, əldə edilməyi yerləri və formaları, müqavilələrin rəsmiləşdirilməsi və məhsulların dəyərinin ödənilməsi), istehsalçılara isə məhsulun keyfiyyətinə istehlakçı tələbi haqqında informasiyaları çatdıran informasiya-reklam xidmətinin geniş inkişafı;

- maddi-texniki təminat proseslərini tənzimləyən, avtomatik rejimdə məlumatları yığan, işləyən, ötürən və mümkün həll variantlarının hazırlanmasını nəzərdə tutan avtomatlaşdırılmış texnologiyanın yaradılması və tətbiqi;

Təbii ki, qeyd edilən logistik sistemin reallaşması kifayət qədər maliyyə vəsaitləri-kredit investisiyaları tələb edir. Bir çox topdan-vasitəçilər üçün ehtiyatların yaradılması və saxlanması ilə əlaqədar fəaliyyətlərin təşkili iqtisadi baxımdan qeyri-

qənaətbəxş ola bilər. Odur ki, istənilən vəziyyətdə logistik menecment tərəfindən hərtərəfli əsaslandırılmış qərarların işlənilib hazırlanması və qəbul edilməsi olduqca əhəmiyyətlidir.

Məhsulgöndərmələrə operativ reaksiya vermə sisteminin mühüm tərkib hissəsini tədarükat bazarı iştirakçılarının anbar və bazalarında material resurslarının faktiki mövcudluğu və hərəkəti haqqında avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemləri təşkil etməlidir. Operativ reaksiya vermə sistemi istehsalda material resurslarının mövcudluğu; məhsulgöndərmələr üzrə sifarişlər və onların yerinə yetirilməsi; istehlakçıların və vasitəçi təşkilatların sifarişləri üzrə məhsullara tələbatı; mübadilə fondu; mərkəzləşdirilmiş ehtiyat fondu; idxal yönümlü məhsulların tədarükat imkanları; istehlakçıların və vasitəçilərin bazasında ehtiyat material resursları haqqında müvafiq məlumatlar bankı olmadan fəaliyyət göstərə bilməz.

Beləliklə, «Məhsulgöndərmə – Emal - Vasitəçinin anbar və bazasından məhsulların göndərilməsi» logistik sxemində avtomatlaşdırma proseslərinə ilk növbədə məhsulgöndərmələrin operativ tənzimlənməsi sisteminin informasiya təminatı məruz qalmalıdır.

Tədarükat bazarı subyektlərinin ticarət-vasitəçilik fəaliyyətlərinin bu günkü səviyyəsini xarakterizə edərkən qeyd etmək lazımdır ki, əmtəə mübadiləsi sferasının maddi-texniki bazasının inkişafı istiqamətində dövlət dəstəyinin kifayət qədər olmaması ilə əlaqədar yükqaldırıcı, anbar və ticarət avadanlıqları istehsalı azalır, məhsulyeridilişi prosesinə nəqliyyat xidməti pisləşir, rabitə və informasiya vasitələrindən istifadə səviyyəsi aşağı düşür. Bu da öz növbəsində bütövlükdə müasir marketinq və logistik metodların tətbiqini çətinləşdirir. Anbar təsərrüfatı mövcud tələbatdan əhəmiyyətli dərəcədə geri qalır və o, bu tələbatı ödəyə bilmək qabiliyyətinə malik deyildir. Anbar təsərrüfatının təkmil olmaması, ondan istifadə də inhisarçılıq elementlərinin mövcud olması və bununla əlaqədar maddi-texniki təminatın anbar formasının zəif inkişafı qeyri rəasional tranzit məhsulgöndərmələrin həcmının

artmasına, anbarlarda materialların saxlanması şəraitinin pisləşməsinə, əmtəə mübadiləsi sferasında qeyri istehsal məsrəflərinin yaranmasına gətirib çıxarır.

Bazar münasibətlərinə keçid zamanı iqtisadi həyatda baş verən tənəzzül halları ona gətirib çıxardı ki, istehsal vasitələrinin ticarəti ilə bağlı fəaliyyət növləri geniş inkişaf etmir, ümumrespublika mövqeyindən istehsal sferasında rəqabətin inkişafında və istehsal kapitalının dövr sürətinin artmasında əvəzsiz rol oynayan xidmət ikinci plana keçirilir.

Bu gün əksər topdan-ticarət müəssisələri öz əməkdaşlarının məhsullarına uzaq xaricdə böyük ehtiyac olan potensial istehsalçılarla əlaqələrin qurulmasında çox maraqlıdırlar. İstehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinə, onun elmi-texniki potensialının artmasına, maliyyə vəsaitlərindən məhsuldar istifadə edilməsinə, qiymətin normal formalaşmasına bilavasitə köməklik göstərə biləcək xidmətlərin çeşid üzrə tərkibi və həcmi demək olar ki, diqqət mərkəzindən kənar qalır. Bu bir daha ona əsas verir ki, hətta məhsulların satışını birbaşa anbarlardan təşkil edən ticarət strukturları da yalnız iri partiyalarla məhsulgöndərmələrə daha çox maraq göstərir. Təsadüf deyil ki, kiçik topdansatış ticarətinin məhsulgöndərmələrin ümumi həcmində payı 3,5-4%-dən artıq deyil.

Hal-hazırda tədarükat bazarının bütün infrastruktur kompleksinin əlverişsiz vəziyyətə düşməsinin ən mühüm səbəblərindən biri dövlətin passiv rolu ilə bağlıdır. Dövlət, əgər belə demək mümkündürsə, özü-özünü məhsulyeridilişinin inkişafı və tənzimlənməsi strategiyasının seçilməsindən və praktiki olaraq bu strategiyanın həyata keçirilməsində aktiv iştirakdan kənarlaşdırmışdır.

Tədarükat bazarında fəaliyyət göstərən ticarət strukturlarının məhsul istehsalçıları ilə qarşılıqlı münasibətlərin xarakterinin dəyişilməsi məsələsi strateji problemləri sırasına aiddir. Bu sahədə istehsalçılara sabit sifariş paketi, məhsulların satışı və onların dəyərinin ödənilməsi zəmanətini verən, istehsal edilən məhsulun substansiyasını təşkil edən material resursları üzrə qeyri mobil ehtiyatların

yaradılması ilə əlaqədar yüksək xərclərdən yayınmağa şərait yaradan forvard tipli müqavilələrin tətbiqi məqsədmüvafiq hesab edilir.

İstehsalın vaxtında proqramlaşdırılması, onun istehlakçı sifarişləri ilə yüklənməsi istehlakçılara imkan verir ki, öz məhsullarını ticarət strukturlarına ( əlavə güzəştlər tətbiq etməklə belə) əlverişli formada sata bilsinlər.

Tədarükət bazarı subyektlərinin strategiyasının təkmilləşdirilməsi ilə bağlı digər məsələ isə istehlakçılarla qarşılıqlı münasibətlərin xarakterinin dəyişilməsindən ibarətdir. İri partiyalarla məhsul alan son istehlakçılarla təsərrüfat əlaqələrini diqqət mərkəzindən kənarda saxlamadan, əhəmiyyətini azaltmadan onu qeyd etməliyik ki, böyük həcmdə məhsullar tələb etməyən istehlakçılara kiçik topdan və pərakəndəsatış ticarəti qaydasında məhsulların satışını həyata keçirən kiçik ticarət strukturlarına orientasiya götürmək perspektivliyi baxımından daha önəmlidir. Belə ticarət həlqələri topdansatış strukturları tərəfindən təklif edilən məhsulların əsas alıcı kontingenti ola bilirlər.

Aydındır ki, milli təsərrüfat sistemində struktur islahatları dərinləşdikcə və intensiv xarakter aldıqca kiçik istehsal sahələrinin sayı və ümumi istehsalda payı durmadan artacaq. Bu isə öz növbəsində onlara xidmət göstərən və ticarət dövrüyəsində böyük yer tutan kiçik ticarət həlqələrinin əhəmiyyətli şəkildə genişləndirilməsi tələbini ortaya qoyur.

Satış sferası ilə məhdudlaşan əlaqələrdən başqa tədarükət bazarı subyektlərinin istehsal sferasında investisiya layihələrinin işlənilməsi, eksperimentasiya və realizasiyası kimi proseslərə cəlb edilməsi iqtisadi baxımdan faydalı ola bilər. Lakin ticarət həlqələrinin həmişə müstəqil investor kimi çıxış edə bilməməsinə baxmayaraq, onlar bu və ya digər istehsalın inkişaf perspektivlərini duyur, hiss edir və məhz buna görə də iqtisadiyyatda struktur islahatlarının faydalı iştirakçısına çevrilə bilirlər.

Məhsul istehsalçılarının ticarət infrastrukturuları ilə sıx qarşılıqlı əlaqələri bütövlükdə sənaye siyasətinin mühüm elementi olmaqla, ayrı-ayrı məhsul istehsalçılarının və xüsusilə sənaye maliyyə qruplarının davranış strategiyasını formalaşdırır.

İri məhsul istehsalçıları nöqtəyi-nəzərindən qeyd edilən məsələyə yanaşdıqda bu özünü, hər şeydən əvvəl, xüsusi ticarət şəbəkəsinin yaradılması və istehsal edilən məhsulların topdan və kiçiktopdan tədarüku prosesinə ticarət dillərlərinin aktiv cəlb edilməsi zamanı təzahür etdirir. Orta və kiçik məhsul istehsalçılarna gəldikdə isə onlar üçün optimal yol – müstəqil ticarət strukturları ilə (topdan, kiçiktopdan və pərakəndə) mütəmadi əməkdaşlığın təşkilindən ibarətdir.

Effektiv nəticələrinə və praktik imkanlarına görə Milli istehsalın mümkün inkişaf istiqaməti istehsal və ticarət fəaliyyətini həyata keçirən ticarət-sənaye qruplarının formalaşması hesab edilir.

Bütün bunlarla yanaşı hal-hazırda iri məhsul istehsalçılarna məxsus xüsusi ticarət şəbəkələrinin yaradılması norma, qayda halını almasada, məhsul istehsalçılarının müstəqil ticarət vasitəçiləri ilə əməkdaşlığı çox vaxt epizodik xarakter daşıyır və onlar məhsul istehsalçıları tərəfindən istehsalın perspektiv inkişaf strategiyasının işlənilib hazırlanması prosesinə cəlb edilmirlər. Bizim fikrimcə, bu sahədə sıx əməkdaşlıq istehsalın canlanması və onun artım tempinin mühüm faktorunu özündə birləşdirir. Buna əyani nümunə olaraq avadanlıqlar bazarında bir neçə ticarət firmalarının istehsalçı müəssisələr və istehlakçılarla qarşılıqlı logistik fəaliyyət üzrə yenidən formalaşmada olan iş təcrübəsini göstərmək olar. Bu firmalar öz öhdələrinə təkcə təmiz ticarət funksiyasını deyil, satış bazarını əvvəlcədən öyrənmək, sifariş etdikləri avadanlıqların dəyərini ödəmək, müəssisələr arasında qarşılıqlı zaçotları təşkil etmək əsasında istehsalın birbaşa maliyyələşməsi ilə bağlı işləri də götürürlər. İri partiyalarla avadanlıqlar sifariş etməklə onlar məhsul istehsalçılarından sanbalı güzəştlər əldə edirlər ki, bu da son nəticədə birbaşa göndərmələrlə müqayisədə alıcılara avadanlıqları nisbətən ucuz qiymətə əldə etmək imkanı yaradır.



Eyni zamanda bazarın ayrı-ayrı seqmentlərində müstəqil və qeyri müstəqil ticarət strukturlarının rəqib kimi çıxış etmələri istehlakçıların maraqlarına cavab verən sağlam rəqabətin real ifadəsidir. Belə rəqabət nəticəsində satışdan qabaq və satışdan sonra servis də daxil olmaqla istehlakçılara göstərilən xidmətlərin səviyyəsi və keyfiyyəti yüksəlir.

Məhsul istehsalçısı və satıcı arasında qarşılıqlı münasibətlərin hüquqi əsası tərəflərin hüquq, öhdəlik və məsuliyyətlərini müəyyənləşdirən kontraktlar hesab edilir. Kontraktların bağlanması zamanı tələskənlik və bu prosedura tələb olunan səviyyədə diqqət yönəldilməməsi maliyyə itkilərin əmələ gəlməsinə və bazar seqmentinin genişləndirilməsində bir sıra çətinliklərin yaranmasına səbəb ola bilər. Bununla əlaqədar olaraq istər istehsalçı müəssisədə, istərsə də topdan-ticarət strukturlarında marketinq və hüquq xidmətlərinin birgə fəaliyyəti gücləndirilməlidir.

Sahibarlığın infrastruktur təminatının yaxşılaşdırılması istiqamətlərindən bir də istehsalın tədavül sferasında davamı kimi çıxış edən nəqliyyatın işinin təkmilləşdirilməsindən ibarətdir. İstər istehsal yerlərinin marketinq proqramlarına uyğun formada material resursları ilə zəruri vaxt intervalında təmin edilməsi, istərsə də hazır məhsulların müxtəlif səviyyəli bölgü və satış kanalları vasitəsi ilə istehlakçılara çatdırılması məhz nəqliyyatın köməkliyi ilə həyata keçirilir. Deməli, istehsal yerləri və ya sahələrinin dəqiq vaxtında material resursları ilə təmin edilməsi bir tərəfdən istehsal prosesinin ahəngdarlığına şərait yaradır, istehsalda resurs çatışmamazlığı ilə əlaqədar olan fasilələri aradan qaldırır, material ehtiyatlarının yaradılması və saxlanması xərclərini azaldırsa, digər tərəfdən istehlakçı tələbinin vaxtında ödənilməsi üçün məhsulların ayrı-ayrı satış kanallarına ötürülməsini tezləşdirir. Odur ki, nəqliyyat xidmətinin təşkilindən (sürət, ehtibarlılıq, fasiləsizlik, əlverişlilik, bir ton yükün daşınmasına çəkilən xərclər) məhsul istehsalçıları və ticarət strukturlarının logistik əməkdaşlığının səmərəliliyi birbaşa asılıdır. Müasir iqtisadi şəraitdə nəqliyyat xidmətləri tək-cə məhsulların istehsalçılardan istehlakçılara zəruri

kəmiyyətdə və vaxtda daşınmasını deyil, eyni zamanda çoxlu sayda ekspeditor informasiya və transaksiyon əməliyyatların yerinə yetirilməsini, yüklərin emalı üzrə xidmətlərin göstərilməsini, sığorta əməliyyatlarının aparılmasını və yüklərin nəqləmə zamanı mühafizə olunmasını da nəzərə də tutur.

Məhsulların bölüşdürülməsi prosesində iştirak edən nəqliyyat müəssisələri nəqləmə prosesinə çəkilən vaxtın azaldılmasını və servis xidmətinin yüksəldilməsini strateji məqsəd seçməlidirlər. Bu, hər şeydən əvvəl, istehlakçılara ənənəvi olmayan nəqliyyat xidmətinin göstərilməsi üçün onları qabaqlamaq, onlara tərəf getmək deməkdir. Buna görə də bazar iqtisadiyyatı şəraitində logistik sistemin tələbləri baxımından nəqliyyat müəssisələri özlərinin yeni strategiyalarını işləyib hazırlamalıdırlar.

Strategiyanın işləyib hazırlanması zamanı əsas diqqət əlavə və qeyri ənənəvi xidmətlərin göstərilməsinə yönəldilməlidir. Bu öz növbəsində müştərilərin sayının artmasına zəmanət verməklə, məhsul satışından əldə olunan mənfəətin həcmi artırır, yeni nəqliyyat texnologiyalarının tətbiqini sürətləndirir, nəqliyyat xidməti bazarında əlaqələrin sadə və stabil olmasına təminat yaradır.

Nəqliyyat xərcləri və material ehtiyatlarının formalaşdırılması və saxlanmasına çəkilən məsrəfin artmasını məhz rəşional məhsulyerididlişi əsasında tədaviil xərclərini minimumlaşdırmağa imkan verən logistik sistemlərin işləyib hazırlanması və praktiki baxımdan tətbiq edilməsi yolu ilə əhəmiyyətli dərəcədə neytrallaşdırmaq olar.

Bütövlükdə tədarükət bazarı və onun ayrı-ayrı subyektlərinin normal və səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün informasiya mühüm şərtidir. İstənilən səviyyəli menecer üçün informasiya ən zəruri resurs növü hesab edilməklə material axınlarının formalaşması və dövriyyəsi prosesinin əsasını təşkil edir. O, ilkin siqnal kimi çıxış etməklə topdanvasitəçi strukturların fəaliyyət spektrini və təsərrüfat əlaqələrinin məqsədəuyğunluğunu əvvəlcədən müəyyənləşdirir.

Məhsul istehsalçıları və ticarət vasitəçiləri eyni vaxtda bazarda həm alıcı, həm də satıcı qismində çıxış edərək ikili funksiya yerinə yetirirlər. Bununla əlaqədar olaraq onlar üçün əhəmiyyətinə və mürəkkəbliyinə görə eyni güclü olan iki məsələnin həlli böyük əhəmiyyət daşıyır: tədarükat bazarında konyukturanın qiymətləndirilməsi və satış bazarında konyukturanın idarəedilməsi. Bu məsələləri konyuktur xarakterli (məhsulların həcmi, çeşidi, keyfiyyəti, göndərilmə və daşınma şərtləri, qiymət və tariflər, ödəmə formaları və s. və həm də təsərrüfatın vəziyyətini və iqtisadiyyatda mövcud inkişaf meyilləri ümumi qiymətləndirməyə imkan verən statistik məlumatlar) məlumatları özündə birləşdirən geniş, zəngin və ehtibarlı informasiya sahəsi olmadan həll etmək mümkün deyil.

Lakin nəzərə alınmalıdır ki, bazar münasibətləri sisteminə keçid zamanı belə tip informasiyalar ən çətin tapılan resursa çevrilib. Belə bir şəraitdə bütün vergi ödəyiciləri hesabına özünün informasiya məlumatları bankını formalaşdıran dövlət statistika orqanları topdansatış təşkilatları da daxil olmaqla bütün subyektlərə öz informasiyalarını kommersiya əsasında verməsi heç də məqbul sayıla bilməz. Fikrimizcə, vəziyyətdən çıxış kimi əmtəə bazarının vəziyyətini tam və dəqiq xarakterizə edən statistika uçotu sistemini yeni əsaslarla təşkili etmək lazımdır. Bu tip informasiyaları sistemə yığıb işləmədən, təhlil və nəşr etdirmədən məhsulların istehsal və mübadiləsi sferasının nə dövlət tənzimlənməsini, nə də istehsalçı və onlara xidmət göstərən ticarət-vasitəçi strukturların səmərəli fəaliyyətini qurmaq mümkün olmayacaq. Statistik informasiyalar ehtiyacı olan istənilən subyektə qeyri-kommersiya əsaslarla (yalnız birbaşa istehsal xərcləri ödənilməklə) verilməlidir. Bu zaman dövlət statistika orqanları tərəfindən işlənilib hazırlanan statistik göstəricilərin əhatə dairəsi bir qədər genişləndirilməlidir. Bu sahədə statistikanın müasir vəziyyəti ondan praktik alət kimi topdansatış bazarı subyektlərinin iqtisadi strategiyasının işlənilib hazırlanması və həyata keçirilmə-sində istifadə olunmasına imkan vermir.

Tədarükat bazarında əməkdaşlıq formalarının logistik idarəedilməsi sisteminin inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təsir edən amillərdən biri də bu bazar strukturları ilə

bank sistemi arasında qarşılıqlı fəaliyyətin yaxşılaşdırılmasından ibarətdir. Bununla əlaqədar bank idarələri şəbəkəsinin genişləndirilməsi və ölkə ərazisi böyü bərabər yerləşdirilməsi məsələsi olduqca aktualdır. Bu, əsasən tədarükat bazarı iştirakçıları arasında sövdələşmələrin rəsmiləşdirilməsi zamanı meydana çıxan ərazi və maliyyə sədlərini dəf etmək və bununla da ticarət subyektlərinin xüsusi dövriyyə vəsaitlərinə və kreditlərə cari tələbatlarını azaltmaq üçün lazımdır. Kassa-hesablama mərkəzlərinin də işinin təkmilləşdirilməsinə ehtiyac var. Bir çox tədiyyə sənədlərinin hesablaşmalardan keçmə sürəti çox aşağı olması məhsulgöndərmələr zamanı gecikmə hallarının çoxalmasına səbəb olur. Hesablaşmaların aparılması sürətinin əhəmiyyətli dərəcədə artırılması, hər şeydən əvvəl, sözügedən bazarın subyektlərinə qısa müddətli sövdələşmələr zamanı bank kredit xidməti ilə əlaqədar xərcləri azaltmağa və meydana gələn cari tələbə aktiv reaksiyanı təmin edən anbar ehtiyatları yaratmağa imkan verir.

Bank sistemi, nəqliyyat, rabitə, anbar təsərrüfatı da daxil olmaqla infrastruktur kompleksinin bütün sektorlarının sinxron inkişafı və qarşılıqlı fəaliyyəti tədarükat bazarında ticarət sahibkarlığının səmərəliliyinin yüksəldilməsini təmin edən logistik ehtiyatları özündə ehtiva edir. O, topdan-vasitəçi strukturların həm ölkə daxilində, həm də xarici-iqtisadi fəaliyyətdə məhsuldarlığını müəyyənləşdirir.

Təsərrüfat subyektlərinin həqiqi bazar tipli müəssisələrə transformasiyası ilə xarakterizə olunan milli iqtisadiyyatın müasir inkişaf mərhələsi üçün mühüm aktual problem sahibkarlıq strukturlarının özlərinin xarici-iqtisadi fəaliyyətlərini səmərəli həyata keçirmək məqsədilə beynəlxalq əmək bölgüsünə qoşulmasından ibarətdir. Bu zaman mövcud problem bazar konyukturasına operativ reaksiya verən kommersiya firmaları üçün xüsusi ilə aktual və əhəmiyyətlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, idxal-ixrac əməliyyatlarının effektivliyinin yüksəldilməsində topdan-vasitəçi firmaların kooperasiya əlaqələrinin rolu artır. Bu gün müəssisələr xarici ticarətin forma, metodlarını və qəbul etdikləri öhdəlikləri yerinə yetirmək üçün kommersiya fəaliyyətinin həcmi müstəqil müəyyənləşdirirlər. Bu

zaman ticarətin forması mahiyyətə məhsulların istehsal və istehlak növündən və şəraitindən asılı olan satış üsullu kimi müəyyənləşə bilər. Məsələn, beynəlxalq ticarətdə avadanlıqlarla ticarətin aşağıdakı: hazır; istehlakçı ölkədə satışdan qadaq emala məruz qalan; kooperasiya yönümlü; dəstləşdirici məmulat; qarşılıqlı ticarətin obyektini təşkil edən (barter ticarəti, köhnəlmiş məhsulların alıcılardan alınması, qarşılıqlı öhdəliklər hesabına ixrac, kompensasiyalı sövdələşmələr); injirinq xidməti kompleksinə daxil olan; istehlakçılarda istehsal avadanlıqlarının təmir edilməsi və ehtiyat hissələrinin dəyişdirilməsi formasında çıxış edən məhsulların satış formalarından istifadə olunur.

Xarici iqtisadi fəaliyyəti təkmilləşdirmək və bu sahədə mövcud təşkilati-iqtisadi çatışmamazlıqları aradan qaldırmaq məqsədilə xarici iqtisadi fəaliyyətin planlaşdırılması (bütün növ, o cümlədən uzun (5 ilə qədər), qısa (bir illik) və operativ (bir ilə qədər) planların qarşılıqlı əlaqəsini təmin etməklə) zamanı proqram-məqsədli yanaşmanın səmərəli tətbiqi daha məqsədəuyğun olardı. Uzunmüddətli planlar strateji proqramları formasında işlənilməlidir. Perspektiv üçün hesablanmış belə proqramlar xarici iqtisadi fəaliyyət üzrə başlıca məsələlərin həll edilməsini nəzərdə tutmalıdır. Xarici iqtisadi fəaliyyətin illik planlaşdırılması prosesinin isə aşağıdakı istiqamətlər üzrə aparılması məqsədmüvafiq olardı: idxal və ixracın planlaşdırılması; tələbin formalaşdırılması və satışın həvəsləndirilməsi üzrə tədbirlərin planlaşdırılması; servis xidmətlərinin planlaşdırılması; xarici iqtisadi fəaliyyətə çəkilən ümumi xərclərin planlaşdırılması; manatla gəlir və xərclər balansı.

Xarici iqtisadi fəaliyyət üzrə illik planlar təbii ki, strateji proqramlara əsaslanmalı və bu zaman o, bazarda baş verən dəyişikliklərdən asılı olaraq korrektə olunmalıdır.

## Nəticə və təkliflər

Respublika iqtisadiyyatının bazar iqtisadiyyatı yönündə inkişaf etdirilməsi iqtisad elmləri qarşısında dərin nəzəri təhlil və əsaslandırılmış praktiki həll edilməli olan çoxlu problemlər qoymuşdur. Belə problemlərdən ən mühümü mülkiyyətin totalitar dövlətləşdirilməsinə və iqtisadiyyatın mərkəzləşdirilmiş idarəetmə prinsipinə əsaslanmaqla fəaliyyət göstərən - material axınlarının idarəedilməsi və tənzimlənməsini həyata keçirən maddi-texniki təchizat və ticarət nazirliyinin bir sistem kimi ləğv edilməsi ilə əlaqədar olaraq mal axınlarının rəşional təşkili və bazar subyektlərini tələb olunan yüksək keyfiyyətli məhsul və xidmətlərlə təmin edilməsidir. Məhz bu baxımdan əhəmiyyət kəsb edən problem müasir iqtisadi şəraitdə material axınlarının idarəedilməsini həyata keçirməklə müxtəlif yönümlü təsərrüfat subyektlərini mal-material qiymətliləri ilə təmin etməkdən ibarətdir. İqtisadi münasibətlərin bazar istiqamətində qurulması material axınlarının idarə edilməsi ilə bağılı olan fəaliyyət sahələrinə və bu sahələrin iş prinsiplərində keyfiyyət dəyişikliklərinin əmələ gəlməsinə əsaslı təsir göstərdi.

Keçmiş postsovet məkanında olduğı kimi Azərbaycanda da resursların, o cümlədən istehsal vasitələrinin və istehlak şeylərinin bölgüsü mərkəzləşdirilmiş qayda bölüşdürüldüyü üçün bölgü orqanları ən qıt olan və ən çox tələb olunan məhsulların qədərini və çeşidini özlərinin iqtisadi maraqlarına uyğun gələn istehlakçı müəssisələrə «planlı qaydada» yönəldirdilər. Nəticə etibari ilə müəssisə və idarə rəhbərləri əsassız şişirtmələrə, yol verməklə təsdiq edilmiş illik təsərrüfat planlarında o, cümlədən istehsal və məhsulgöndərmə planlarında özlərinin səlahiyyətləri çərçivəsində düzəlişlər edirdilər. Odur ki, geniş iqtisadi siyasətin nəticəsi kimi Azərbaycan adlanan məmləkətdə sərbəst əmtəə-pul münasibətləri əvəzinə məcburi «planlı» əmtəə-pul münasibətləri formalaşaraq həyata keçirilirdi. Bazar subyektləri arasında işgüzar direktiv orqanların rəhbərlərinin, səlahiyyət sahiblərinin iradəsi ilə icra edilirdi. İnzibati idarə etmə mexanizminin tətbiqi topdan və pərakəndə ticarəti həyata keçirən alıcılar iqtisadi müstəqillikdən məhrum etməklə bu və ya digər

iqtisadi məsələlərin həllində sərbəst deyildilər. Hal-hazırda bütün növ məhsulların istehsalı və bölgüsü zamanı bazar iqtisadiyyatının əsas atributu kitmi çıxış edən qiymət həvəsləndirmə və şövqələndirmə vasitəsi olmağa inzibati amirlik sistemində ciddi formada dövlət tərəfindən müəyyənləşirdi və alış-satış prosesində tərəflərin iqtisadi maraqlarını müdafiə etmirdi.

Lakin Respublikamızın iqtisadi müstəqillik qazandıqdan sonra bazar yönümlü təsərrüfat sisteminin qurulmasını həyata keçirməklə istehsal strategiyasında və material resurslarının hərəkəti sistemində əhəmiyyətli dəyişikliklərlə müşahidə edilən satıcı bazarından alıcı bazarına keçid müasir durumda material axınların idarəedilməsi prosesinə əhəmiyyətli şəkildə təsir göstərdi.

## Ədəbiyyat siyahısı

1. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi. Bakı: Qanun, 2001, 488s.
2. Azərbaycan Respublikasının statistik göstəriciləri. Bakı: «Səda», 2008.
3. İmanov T.İ. Logistikanın əsasları. Dərslik. I və II cild. Bakı: «Təhsil» NRM, 2005, 474s.
4. Абалкин Л.И. Рынок в экономической системе социализма. // Радикальная экономическая реформа: Истоки. Проблемы. Решения. М.: Экономика, 1990, 224с.
5. Абдашева С.Б., Розанова Н.М. Анализ структуры рынков: экономия, теория и практика России. М.: Экономический факультет МГУ ТЕ и С, 1998, 133с.
6. Академия рынка: маркетинг: Пер. с франц. / А.Дайан, Ф.Букерел, Р. Ланкар и др.; Научн. редактор А.Г.Худокормов. М.: Экономика, 1993, 572с.
7. Альбеков А.У. Проблемы логистики торговли средствами производства. Ростов на-Дону.: Кристалл, 1998, 231с.
8. Афанасев В.П. Маркетинг стратегия и тактика фирмы. М.: Изд-во «Электроника», 1995, 223с.
9. Баскин А.И. Маркетинг и логистика на рынке средства производства. В сб.: Рынок и логистика /Под ред. М.П.Гордона. М.: Экономика, 2005, с.108-117.
10. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер с англ., 4-е изд. М.: «Дело Лтд», 2001, 720с.
11. Боков В.В. Управление товаропроводящей сетью рынка средства производства. Учебное пособие. Изд-во Российская экономическая академия, 1997, 95с.
12. Болт Г.Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. Пер. с англ. / Под ред. Ф.А.Крутикова. 2-е изд. М.: Экономика, 2001, 271с.
13. Браверман А.А. Маркетинг в российской экономике переходного периода. Методология и практика. М.: Экономика, 1997, 639с.



14. Ворст И., Ревентлоу П. Экономика фирмы: Учебник / Пер.с дат. М.: Высшая школа, 2004, 272с.
15. Вощенко А.П., Кулиев Б.В. Моделирование коммерческой деятельности оптовых структур. // Маркетинг, 1997, №6, с.38-44.
16. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика. Уч. пособие. М.: Издательский дом «Дашков и К», 1999, 36с.
17. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. М.: Изд-во «Финпресс», 1998, 416с.
18. Гордон М.П. Функции и развитие логистики в сфере товарообращения. // Риск, 2005, №1, с.42-47.
19. Гордон М.П., Карнаухов С.Б. Логистика товародвижения. М.: Центр экономики и маркетинга, 1998, 168с.
20. Данко Т.П. Управления маркетингом. (Методологический аспект). Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 1997, 280с.
21. Зуев А.И. Электронный рынок и «новая экономика». //Вопросы экономики, 2004, №2, с. 9-17
22. Зырянов А.В. Размещение и инвестирование торговых предприятий. Екатеринбург: УГЭИ, 2005, 144с.
23. Камалеев Р.Ф., Доннорт Х.Ю. Концепция логистики в управлении материальными потоками. // Известия Академии наук СССР. Серия экономическая, 2000, №2, с.51-60
24. Колесников С. Управление ресурсами предприятия (этапы концепции). // Логистика, 1999, №2, с.34-35
25. Колесников С.А. Управления цепочками поставок. // Логистика, 1999, №4, с.22-23
26. Колодин В.С. Логистическая инфраструктура регионального товарного рынка. Иркутск: Из-во ИГЭА, 1999, 174с.
27. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. / Общ. редак. и вступ. ст.

Пеньковой Е.М. М.: Прогресс, 1993, 796с.

28. Крепкий Л.М. Организация коммерческого успеха. Советы специалиста. М.: Экономика, 1999, 328с.

29. Лагуткин В.М. Материально-техническое снабжение / Большая Советская Энциклопедия. М.: Изд 3-е. Т. 15. М.: Советская энциклопедия, 1974, 501с.

30. Ламбмен Жан–Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Пер. с французского. СПб.: Наука, 1996, 589с.

31. Лофберг С. Концепция общей логистики. // Логистика, 1998, № 4, с.18-21

32. Лубочнов В.А. Маркетинговая логистика. // Риск, 1996, №4-5, с.50-55

33. Новиков Д.Т., Голосков В.Н., Магомедов Ш.Т. Логистика и маркетинг в экономике России переходного периода. // Маркетинг в России и за рубежом, 1998, №4, с.3-11

34. Орешин В.П. Государственное регулирование национальной экономики. Учебное пособие. М.: Юристъ, 1999, 236с.

35. Панаев Э. Особенности использования логистики в смешенной экономики. // Маркетинг, 1997, №3, с.58-61

36. Плоткин Б.К. Введение в коммерцию и коммерческую логистику. СПб: Издательство СПб УЭФ, 1996, 171с.

37. Подколотина Е.А., Шумаев В.А. Логистика продаж: проблемы качества товаров и асимметрии информации. // Конъюнктура товарных рынков, 2000, №2-3, с.118-123

38. Промыслов Б. Д., Жученко И.А. Логистические основы управления материальными и денежными потоками. (Проблемы, поиски, решения). М.: Нефть и газ, 2004, 103с.

39. Пурлик В.М. Логистика торгово-посреднической деятельности. М.: Высшая школа, 2005, 202с

## **Резюме**

В настоящее время создание системы рыночных отношений в стране, а также в странах бывшего постсоветского союза является основой для развития национальной экономики. Развитие рыночной экономики как системы равных условий для всех других производителей сырьевых товаров, а также других участников рыночных отношений выдвинули требование экономической независимости. Поэтому, рынок как формы экономических отношений между продавцом и покупателем независимо. В настоящее время, с развитием рыночной инфраструктуры и правовых рыночных условий для формирования рынка поставок был создан отбор экономических отношений и свободно торговать.

## **SUMMURY**

The creation of a system of market relations in the country at the present stage of development of the economy of the country is considered to be the foundation. Therefore, the economic relations between the seller and buyer market musətaqil acts as a form of organization. Currently, the economic relations and trade market infrastructure for the development of the free choice of legal base and created conditions. In this regard, practically manufacturers, wholesale distributors and retail buyers in the activity comes from many problems. So the most important problems of internal and external environment in order to provide a rapid response to changes in the ability. best management structure for this entity should be formed.

## REFERAT

**Mövzunun aktuallığı.** Respublikamızda bazar münasibətləri sisteminin bərqərar olması bütün postsovet məkanında olduğu kimi ölkə iqtisadiyyatının müasir mərhələdə inkişafının əsası hesab edilir. Təbii ki, bazar iqtisadiyyatı bir sistem olaraq özünün inkişafı üçün bütün digər şərtlərlə bərabər, əmtəə istehsalçılarının, eləcə də bazar münasibətlərinin digər iştirakçılarının iqtisadi müstəqilliyi tələbini irəli sürür. Buna görə bazar müsətəqil satıcı və alıcı arasında qarşılıqlı iqtisadi münasibətlərin təşkilatı forması kimi çıxış edir.

Müxtəlif mülkiyyət formalarına malik müəssisələrin yaranması ilə əlaqədar həyata keçirilən islahatlar bir prosesi olaraq bütün iqtisadi subyektlərə toxunur, onları əhatə edir. Bazarın formalaşması ticarətlə sənaye müəssisələri və sənaye müəssisələrinin özləri arasında bütün zəruri təsərrüfat əlaqələrinin sərbəst qurulmasına imkan verən yeni iqtisadi şəraiti yaradır. Bu gün respublika müəssisələri üçün ənənəvi məhsulyeridilişi sisteminin ləğv edilməsi və bazar münasibətlərinin inkişaf etməsi nəticəsində alıcıların tədiyyə qabiliyyətinin aşağı düşməsi ilə bağlı hazır məhsul satışı həll edilməsi vacib problemlərdən biridir.

Bazar mexanizminin inkişafında baş verən dəyişikliklər müəssisələrin tədarükat fəaliyyətinin səmərəli idarəedilməsi üçün əlverişli imkanlar yaradan tədarükat bazarının rolunu əhəmiyyətli dərəcədə artırdı.

Ölkəmizdə bazar münasibətlərinin inkişafı ilə bağlı iqtisadi siyasət kursu tədarükat fəaliyyətinin keyfiyyətli idarəedilməsinə, bu zaman həll edilən məsələlərin xarakterinə, həmçinin onların həlli metodlarına qarşı daha yeni tələblər ortaya qoyur. İdarəetmə sahəsində baş vermiş dəyişiklikləri özündə əks etdirən yeni idarəetmə konsepsiyasına olduqca böyük ehtiyac var.

Hal-hazırda ölkəmizdə təsərrüfat əlaqələrinin sərbəst seçilməsi və əmtəə bazarının infrastrukturunun inkişafı ilə tədarükat bazarının formalaşması üçün hüquqi baza və şərait yaradıldı. Eyni zamanda məhsulların mərkəzləşdirilmiş qaydada

sərt bölgü mexanizminin-dövlət təchizat sisteminin aradan qaldırılması nəticəsində meydana gələn qeri mərkəzləşdirilmiş tədarükat bazarı sərbəst ticarət agentlərinin, eləcə də topdan-vasitəçi, kommersiya-vasitəçi, təchizat-satış fəaliyyəti ilə məşğul olan müxtəlif mülkiyyət və təşkilatı-hüquqi formalara malik çoxsaylı müəssisələrin artmasına gətirib çıxardı. Bununla əlaqədar praktiki olaraq istehsalçı, topdansatış müəssisələri və pərakəndə alıcıların iqtisadi maraqlarının kəsişdiyi tədarükat bazarında çoxlu problemlər əmələ gəlir. Belə problemlərdən ən başlıcası daxili və xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə çevik reaksiya verə bilmək qabiliyyətinə malik idarəetmə strukturunu formalaşdırmaqla müəssisələrdə tədarükat fəaliyyətinin təşkilindən ibarətdir. Məhz bu, dissertasiya işinin aktuallığını və əhəmiyyətini müəyyənləşdirir.

**Problemin öyrənilməsi səviyyəsi.** Bazar iqtisadiyyatına uyğun olaraq istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə bir-birilə qarşılıqlı əlaqədə olan mürəkkəb münasibətlər kompleksini əhatə edir. Bunların hərtərəfli öyrənilməsi və sistemli istifadə olunması bazar mexanizminin hərəkətverici qüvvəsinin reallaşması, bazarın tənzimləmə imkanlarından, bazarın idarə edilməsi forma və metodlarından tam istifadə üçün olduqca əhəmiyyətlidir.

Ümumbazar sisteminin tərkib hissəsi hesab edilən istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin bu və ya digər aspektləri Rusiya Federasiyası və Ukrayna Respublikasının alimlərindən Afanasyev N.V., Baskin A.İ., Bokov V.V., Qolikova, E.A., Qordon M.P., Kaluçin V.K., Karnauxov S.M., Koldin V.S., Kostoqladov D.D., Limarev V.Y., Meşkov A.A., Mirotina L.N., Nesteroviç N.V., Novikov D.T., Novikov O.A., Purlik V.M., Proçenko O.D., Semenov N.S., Stepanov V., Tyapuxin A.P., Uvarov S.A., Şerbakov V.V. və digərlərinin apardıqları elmi araşdırmalarda öz əksini tapmışdır.

Bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar olaraq respublikamızda istehsal vasitələri bazarının makroiqtisadi təhlili və bazar tipli inkişaf amillərinə əsaslanan tədqiqi iqtisadçı alimlər Allahverdiyev H.B., Axundov Ş.A., Feyzullabəyli İ.Ə., Cəbiyev R.M., Hacıyev Ş.H., Hüseynov T.Ə., Hüseynov T.H., Hovruzov V.T., Məmmədov

F.Ə., Məmmədov C.C, Məmmədov A.T., Meybullayev M.X., Paşayev K.P., Rzayev P.Q., Şəkərəliyev A.S., Səmədov A.H., Xıdırova B.S., Əliyev T.N. və başqaları tərəfindən aparılmış və istehsal vasitələri bazarının inkişafı ilə bağlı bir sıra təkliflər irəli sürülmüşdür. Bu tədqiqatlarda göstərilən problemin ayrı-ayrı cəhətləri öyrənilmiş, elmi-praktiki baxımdan böyük əhəmiyyətə malik nəticələr əldə olunmuşdur.

Lakin bu sahədə aparılan tədqiqatları yüksək qiymətləndirərək qeyd etmək lazımdır ki, istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan qıq kompleks şəkildə deyil, yalnız onu təşkil edən ayrı-ayrı elementlər tədqiq edilmişdir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində respublikada ilk dəfə olaraq istehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafı problemlərinə kompleks şəkildə baxılır. Bununla əlaqədar olaraq makrosəviyyədə istehsal vasitələri bazarı tədqiq edilir, burada onun formalaşmasının konseptual əsasları müəyyənləşdirilir və inkişafının prioritet istiqamətləri sistemli şəkildə göstərilir.

Beləliklə, problemin aktuallığı və respublikamızda bu problemin kifayət qədər öyrənilməməsi, onun mühüm elmi və praktiki əhəmiyyəti tədqiqatın məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirir.

**Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri.** Tədqiqatın məqsədi ölkəmizdə bazar münasibətlərinin formalaşması xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla makroiqtisadi səviyyədə istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin nəzəri-metodoloji məsələlərini araşdırmaq, bu sahədə yeni keyfiyyət meyllərini aşkar etmək və müvafiq problemin həlli ilə bağlı kompleks təklif və tövsiyələr işləyib hazırlamaqdan ibarətdir. Mövcud məqsədə uyğun olaraq tədqiqat işində aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- bazar iqtisadiyyatına transformasiyanın ümumi qanunauyğunluqları nəzərə alınmaqla istehsal vasitələri tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin spesifik xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək;

- iqtisadi resursların «istehsalçı-istehlakçı» tsikli üzrə hərəkəti zamanı istehsal

vasitələri bazarının iqtisadi subyektləri və real bazar situasiyasından asılı olaraq onların məqsəd və vəzifələrini aşkar etmək;

- istehsal vasitələri tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin sosial-iqtisadi şərtlərini aşkara çıxarmaqla bazarın mövcud vəziyyəti və perspektiv inkişafı baxımından hər bir amilin təsir imkanlarını qiymətləndirmək;

- istehsal vasitələri bazarının konyunkturasının və inkişaf əhəmətlərinin hərtərəfli öyrənilməsinə söykənən logistikanın istehsal vasitələrinin tədarükü sisteminin inkişafında yer və rolunu əsaslandırmaq;

- müasir iqtisadi şəraitdə istehsal vasitələri bazarının idarəedilməsi məqsədilə istehsal vasitələri bazarında ticarətinin mövcud vəziyyətini analitik qiymətləndirmək;

- inkişaf edən bazar münasibətləri sistemində istehsal vasitələrinin tədarük siyasətini işləyib hazırlamaq məqsədilə sözügedən bazarın tənzimlənməsinin prioritet istiqamətlərini müəyyənləşdirmək;

**Tədqiqatın predmeti və obyektı.** Tədqiqatın predmetini Azərbaycan Respublikasında istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə ilə bağlı yaranan iqtisadi münasibətlər sistemi, obyektini isə istehsal vasitələri bazarı təşkil edir.

**Tədqiqatın informasiya bazasını** Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi materialları, Respublikanın İqtisadi İnkişaf, Maliyyə, Nəqliyyat, Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliklərinin, «Azərkontrakt» ASC-nin statistik və hesabat materialları, İnternet sayıtları və sair məlumatlar təşkil edir.

**Tədqiqat işinin nəzəri və metodoloji** əsasını sivil istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə sahəsində dünyanın və ölkəmizin aparıcı alimlərinin son illərdə apardıqları fundamental və tətbiqi xarakterli tədqiqatların əsas müddəaları və nəticələri, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına dair qanun və Dövlət Proqramları, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərman və Sərəncamları, Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin və Nazirlər Kabinetinin qərarları, normativ hüquqi sənədlər



təşkil edir.

Problemin nəzəri hissəsinin işlənilib hazırlanması zamanı tarixi və məntiqi-nəzəri təhlil üsulları tətbiq edilmiş, ekspert qiymətləndirmə, eləcə də ümumi anlayış və kateqoriyalardan konkret iqtisadi proseslərə istiqaməti müəyyənləşdirən deduktiv metodlardan istifadə olunmuşdur. Müəllif müasir iqtisad məktəblərinin malik olduğu geniş nəzəri təcrübə və metodoloji əsaslardan istifadəyə üstünlük verməklə, eyni zamanda, yeni biliklərin sintezini empirik müşahidələr və induktiv nəticələr əsasında həyata keçirmişdir. Mövcud tədqiqat işi sistemli və müqayisəli təhlil prinsipi üzərində qurulmuş, statistik və qrafik metodlardan istifadə olunmuşdur.

Son dövrlərdə Azərbaycan Respublikasında istehsal vasitələri bazarının mövcud vəziyyəti və inkişaf qanunauyğunluqlarını əks etdirən geniş statistik materialların təhlilinə xüsusi diqqət yönəldilmişdir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi.** Mövcud tədqiqat işinin **elmi yeniliyi** özünün praktik əhəmiyyəti və elmi biliklərin zənginləşməsinə verəcəyi töhvə ilə xarakterizə olunan aşağıdakı faydalı məsləhət və nəticələrdən ibarətdir:

1. Bazar iqtisadiyyatının spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla Azərbaycan Respublikasında istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadə problemlərinə ilk dəfə kompleks şəkildə baxılmışdır.

2. İstehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin istiqamətləri əsaslandırılmışdır.

3. İstehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistik üsullardan istifadənin sosial-iqtisadi şərtləri müəyyənləşdirilmişdir. İstehsal vasitələrinin spesifik xüsusiyyətlərindən, onların mübadiləsi prosesinin səciyyəvi cəhətlərindən, istehsal və istehlakın coğrafiyasından asılı olaraq hər bir amilin təsiretmə imkanları tədqiq olunmuşdur.

4. Logistik fəaliyyəti üzrə qabaqcıl təcrübənin öyrənilməsi və ümumiləşdirilməsi əsasında istehsal vasitələrinin tədarükü sferasında logistikanın tətbiqi üçün elmi tövsiyələr işlənilib hazırlanmışdır.

5. Ölkəmizdə bazar iqtisadiyyatının inkişaf etməsilə yanaşı istehsal vasitələri

bazarının yeni istehsal münasibətlərinin tələblərinə davamlı olaraq uyğunlaşdırılması və bu sahədə mövcud normativ-hüquqi bazanın sistemli şəkildə təkmilləşdirilməsi məqsədilə bu bazarın tənzimlənməsi meylləri müəyyənləşdirilmişdir.

**Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti** makrosəviyyədə istehsal vasitələri bazarının dayanıqlı vəziyyətinin və rəqabətqabiliyyətinin təmin edilməsi, respublikanın sənaye potensialının, iqtisadi subyektlərin maddi-texniki təminatı və məhsul satışının yaxşılaşdırılması, istehsal vasitələri bazarının infrastrukturunun kompleks inkişafı ilə bağlı müxtəlif təklif və tövsiyələrin verilməsindən ibarətdir. Bu təklif və tövsiyələrdən istehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafı üçün əsas istiqamətləri müəyyənləşdirən qanunvericilik, proqnoz və proqram xarakterli sənədlərin işlənilib hazırlanmasında, sosial-iqtisadi proseslərin təhlili və proqnozlaşdırılmasında, ali məktəblərdə «Logistika», «Marketinq», «Bazar infrastrukturunu» və «Əmtəə bazarının proqnozlaşdırılması» kimi fənlərin tədrisi prosesində, eləcə də elmi-tədqiqat işlərində istifadə oluna bilər.

**Tədqiqat işinin strukturu:** Dissertasiya işi giriş, 2 fəsil, nəticə və ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. “Bazar münasibətləri sistemində tədarükətin idarəedilməsinin nəzəri-metodoloji əsasları” adlanan birinci fəsildə logistik proseslərin mühüm elementi kimi müasir şəraitdə təchizat və satış məsələləri, tədarükətin idarəedilməsinin logistik mahiyyəti və obyektiv zəruriliyi, tədarükət logistikasının formalaşması prinsipləri və xüsusiyyətləri haqqında ətraflı məlumatlar təsvir olunmuşdur.

İşin ikinci fəslində “Müəssisələrin tədarükət logistikasının təşkilati-iqtisadi mexanizminin formalaşması” adlanır. Burada Azərbaycan Respublikası istehsal vasitələri üzrə tədarükət bazarının logistik tədqiqi aparılmış, tədarükət bazarının dövlət tənzimlənməsi istiqamətləri, müəssisələrdə tədarükət proseslərinin logistik idarəedilməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi yolları da təklif edilmişdir. İşin sonunda nəticələr və ədəbiyyat siyahısı göstərilmişdir.

