

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Həsənzadə Günay Rövşən qızı

“İstehsal-kommersiya müəssisələrində logistik fəaliyyətin idarə edilməsi”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı:

060408 Marketing

İxtisaslaşma:

Logistika

Elmi rəhbər

i.f.d., b/m. Muradova Hicran Rafiq qızı

Magistr proqramının rəhbəri:

i.e.n., dos. Quliyev Eldar Nadir oğlu

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. İmanov Telman İman oğlu

BAKİ - 2018

M Ü N D Ə R İ C A T

GİRİŞ.....	3
FƏSİL1. İSTEHSAL-KOMMERSİYA MÜƏSSƏLƏRİNİN NƏZƏRİ METODOLOJİ ASPEKTLƏRİ.	
1.1. Logistikanın inkişaf tarixi və məetodları.....	7
1.2 İstehsal - kommersiya müəssələlərinin əsas tipləri və vəzifələri.....	23
1.3 İstehsal - kommersiya müəssələlərinin əsas təşkili xüsusiyyətləri.....	28
II FƏSİL. LOGİSTİKA - İSTEHSAL-KOMMERSİYA MÜƏSSİSƏLƏRİNİN MÜASİR İDARƏ EDİLMƏ VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ.	
2.1 Respublikamızda fəaliyyət göstərən istehsal-kommersiya müəssisələlərinin müasir vəziyyəti.....	35
2.2 İstehsal-kommersiya müəssisələlərinin mövcud vəziyyətinin təhlili.....	44
2.3 Logistika səmərəli idarəetmə aləti kimi.....	51
III FƏSİL .İSTEHSAL-KOMMERSİYA MÜƏSSİSƏLƏRİNİN LOGİSTİK İDARƏ EDİLMƏSİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ.	
3.1 Müasir dövrdə logistik mərkəzlərin yaradılması strategiyası.....	63
3.2 Logistik fəaliyyətin idarəedilməsində informasiya təminatı.....	66
3.3 Logistik fəaliyyətin təşkili və hüquqi tənzimlənməsi.....	76
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	90
ƏDƏBİYYAT.....	93
PEZİOME.....	96
SUMMARY.....	97

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Müasir bazar iqtisadiyyatı sisteminin səmərəli formalaşması və inkişafının başlıca şərtlərindən biri istehsal firma və müəssisələri, şirkətlər və s. kimi təsərrüfat subyektlərində kommertiya əməliyyatlarının yerinə yetirilmə səviyyəsinin yüksəldilməsidir.

Hazırda Azərbaycanın istehsal müəssisələrində kommertiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün dövrün tələblərinə cavab verə bilən mütəşəkkil kommertiya strukturlarının təşkili sahəsində ciddi araşdırmaların aparılmasına böyük ehtiyac yaranmışdır. Məhz bütün bunlar tədqiqat obyektinin seçilməsini zəruri etmişdir.

Suverinlik illərində Azərbaycan bazar iqtisadiyyatı modelini özünə iqtisadi-inkişaf yolu seçmişdir. Ölkədə genişmiqyaslı və sistemli sosail – iqtisadi islahatlar həyata keçirilir. İstehsal və mübadilə sferasında material resurslarının təşkili və idarə edilməsində də əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir.

Hazırda ölkəmiz dünya iqtisadi sisteminə inamla inteqrasiya olunur. Belə şəraitdə bazar iqtisadiyyatının sərt tələbləri yerinə yetirməli və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, bütün müəssisələr özlərinin korporativ missiyalarının həyata keçirməlidir. Onların ən ümdə məsələləri isə istehsal xərclərinin hər vasitə ilə azaldılması, məhsul keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, çeşidinin artırılması hesabına bazar seqmetinin genişləndirilməsidir. İstehsal müəssisələri və mənfəətin həcmnin artırılmasına nail olmaq üçün mütərəqqi menecment və marketinq metodlarını tətbiq etməli və işlək təsərrüfat mexanizminə malik olmalıdır.

Rəqabət mübarizəsinin hər vasitə ilə gücləndiyi şəraitdə hər bir təsərrüfat subyekti bütün növ resursların istehsal- tədavül sferasında səmərəli idarə edilməsini təmin etmək üçün müasir elm və təcrübi fəaliyyət sferası hesab edilən logistikaya böyük ehtiyac duyulur.

Problemin tədqiq səviyyəsi. Araşdırmalar göstərir ki, inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində bu sahədə çalışan alimlərin əsərlərində istehsal müəssisələrinin kommertiya fəaliyyətinin təşkilinin ayrı-ayrı məsələləri (məsələn, bazann öyrənilməsi, məhsul satışı) tədqiqat obyektini kimi diqqəti daha çox cəlb edir.

İstehsal kommertiya müəssisələrində logistik fəaliyyətinin təşkilinin öyrənilməsi məsələləri Müstəqil Dövlətlər Birliyi (MDB) məkanında, xüsusilə Rusiya və Belarusda F.Q.Pankratov, B.I.Sinetski, L.V.Osipova, İ.M.Sinyayeva, S. N.Tretyak, Y.V.Volkov, B.A.Anikir., S.N.Vinoqradova, O.V.Piçunova, V.P.Qruzinov və başqalarının əsərlərində əks olunmuşdur. Respublikamızın iqtisadçı alimlərindən M.Q.Ağamalıyevin, M.M.Məmmədrzayevin, K.R.Paşayevin, Ə.X.Nuriyevin, V.T.Səfərovanın, T.Ə.Hüseynovun, T.N. Əliyevin, M.Ə.Axundovun, Z.S.Abdullayevin, Z.Ə.Bağirovanın, X.Ə.Məmmədovun və digərlərinin əsərlərində kommertiya, o cümlədən satış, maddi-texniki təchizat (tədarük), marketing fəaliyyətinin müxtəlif nəzəri və praktiki aspektlərdən öyrənilməsi öz əksini tapmışdır. Lakin Azərbaycanın kommertiya müəssisələrində logistik işinin təşkili xüsusiyyətlərinin və həyata keçirilməsi ardıcılığının kompleks və sistemli şəkildə öyrənilməsi konkret tədqiqat mövzusu olmamışdır.

Tədqiqatın əsas məqsəd və vəzifələri. Dissertasiyada qarşıya qoyulan əsas məqsəd istehsal müəssisələrində kommertiya fəaliyyətinin təşkilinin nəzəri-metodoloji əsaslarının Azərbaycan şəraitinə tətbiqən təhlili və ümumiləşdirilməsi vasitəsilə Respublikanın istehsal müəssisələrində kommertiya xidməti logistik strukturlarının işinin müasir bazar iqtisadiyyatı sisteminin tələblərinə uyğun şəkildə təşkili və təkmilləşdirilməsi istiqamətində elmi-metodiki və praktiki təklif və tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir.

Bu məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi qarşıya qoyulmuşdur:

- kommertiya fəaliyyəti sahəsində indiyədək aparılmış tədqiqatların öyrənilməsi və ümumiləşdirilməsi əsasında istehsal müəssisələrində kommertiya fəaliyyətinin təşkilinin başlıca xüsusiyyətlərinin, əsas prinsip və vəzifələrinin aşkara çıxarılması;
- istehsal müəssisələrində kommertiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilatı strukturunun formalaşması sahəsində beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi, ümumiləşdirilməsi və müsbət cəhətlərinin Azərbaycanda istifadə imkanlarının müəyyən edilməsi;

- istehsal müəssisələrində kommersiya işinin həyata keçirilməsində marketing və logistikanın yerinin müəyyən edilməsinin nəzəri cəhətdən əsaslandırılması;
- istehsal-kommersiya müəssisələrinin nəzəri-metodoloji aspektlərinin elmi-metodika qoyuluşunun kompleks təhlili;
- istehsal - kommersiya müəssisələrinin əsas tipləri və vəzifələrinin eyni zamanda əsas təşkili xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi;
- **Logistika - istehsal-kommersiya müəssisələrinin müasir idarə edilmə vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsinin müfəssəl şəkildə aparılması**

Tədqiqatın obyektı Azərbaycanın istehsal-kommersiya müəssisələridir.

Tədqiqatın predmeti Azərbaycanın istehsal-kommersiya müəssisələrinin logistik fəaliyyətinin təşkilinin hazırkı vəziyyətinin müqayisəli təhlili və təkmilləşdirilməsidir.

Tədqiqat işinin nəzəri-metodoloji əsaslarını dünya və Azərbaycan iqtisadçı alimlərinin elmi əsərləri, onların apardıqları tədqiqatlar əsasında gəldikləri ümumiləşdirici nəticələr təşkil etmişdir.

Tədqiqat işi Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, ölkəmizdə sənaye müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinə bilavasitə aid olan qanunlar, Respublika Prezidentinin bu sahədə fərman və sərəncamları, Nazirlər Kabinetinin qərarlarına əsaslanmaqla aparılmışdır.

Tədqiqat prosesində elmi abstraksiya, müqayisə, statistik qruplaşdırma, təhlil və sorğu metodlarından istifadə edilmişdir

Tədqiqatın mənbələri və informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin, eyni zamanda, digər ölkələrdə fəaliyyət göstərən istehsal müəssisələrinin kommersiya sahəsindəki təcrübəsi ilə tanışlıq məqsədilə internet resurslarına və dövrü mətbuata da müraciət olunmuşdur.

Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal müəssisələrinin kommersiya logistik fəaliyyətinin təşkilinin nəzəri-metodoloji əsasları bəzən öyrənilmiş, ümumiləşdirilmiş və müasir xüsusiyyətləri aşkara çıxarılmışdır;
- beynəlxalq təcrübə nəzərə alınmaqla istehsal müəssisələsinin kommersiya

fəaliyyətinin logistik fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün göstəricilər sistemləşdirilmişdir;

- istehsal müəssisələrində kommersion fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilati strukturunun formalaşması sahəsində beynəlxalq təcrübə öyrənilmiş və ümumiləşdirilmişdir;

- istehsal müəssisələrində kommersion fəaliyyətinin təşkilinin təkmilləşdirilməsinin metodoloji prinsipləri aşkara çıxarılmış və sistemləşdirilmişdir;

- istehsal müəssisələrinin kommersion fəaliyyəti logistika ilə əlaqəli şəkildə tədqiq edilmişdir;

- **İşin aprobeiasyası və nəticələrinin tətbiqi.** Tədqiqat işinin əsas nəzəri müddəaları və nəticələrinə dair 1 məqalə və 1 teziz çap olunmuşdur.

İşin həcmi və quruluşu. Dissertasiya giriş, 3 fəsil, 9 yarımfəsil və nəticədən ibarətdir.

I FƏSİL

İSTEHSAL-KOMMERSİYA MÜƏSSİƏLƏRİNİN FƏALİYYƏTİNİN METODOLOJİ ASPEKTLƏRİ

1.1. Lgostikanın inkişaf tarixi və metodları

Logistikanın yaranma tarixi və inkişaf mərhələləri uzaq keçmişlə bağlıdır. Hələ eramızdan əvvəl IV əsrdə Qədim Yunanıstanda “logostika” sözü “hesablama mədəniyyəti” yaxud “dərkətmə, düşüncə, hesablama” mənasında işlənmişdir. Roma İmperiyası logistika məfhumunu “ərzağın bölüşdürülməsi qaydaları” kimi işlətməmişdir.

Biznes İmperatoru VI Levin (866-912) vaxtında Logistika – ordunun təchizatı, mədəniyyəti və onun yerdəyişməsinin idarə edilməsi aləti kimi izah edilirdi. [2,s.36] Alman tədqiqatçısı, professor Q.Pavellek qeyd etmişdir ki, Biznes İmperiyasında Logistikanın təyinatı silahlı qüvvələrin material resursları ilə təminatı və bu sahədə ehtiyatların yaradılması ilə əlaqədar həyata keçirilən işlər, onların hərəkəti və yerləşdirilməsi üzrə sərəncamların verilməsi mənasını daşımışdır. [25,s.110]

Tarixin sonrakı dövrlərində “logistika” sözünün əsasən iki mənada işlədilməsi saxlanılmış və bizim dövrdək çatmışdır. Birinci mənə Logistikanın hərbi sahədə işlənməsi ilə əlaqədar olmuşdur. Hərbi Logistikanın inkişafı hərbi sahə üzrə nəzəriyyəçi və tarixçi A.A.Jominin fundamental əsasərlərində öz əksini tapmış yuxarıda qədy edilən mənalar təsdiqlənmişdir. [32,s.102].

“Logistika” məfhumunun ikinci mənası “riyazi logostika” kimi məhşur alman riyaziyyatçısı, idealist-filosof, fizik və dilşünas Q.Leybisin (1646-1716) əsərlərində istifadə edilmişdir. “Logistika” məfhumu üzrə qədy edilən hər iki mənə hazırda bütün Avropa ölkələrinin dillərində istifadə edilir [24;96].

Logistika bir elm kimi və biznes aləti kimi, mülki fəaliyyətdə keçən əsrin 50-ci illərində ABŞ-da formalaşmağa başlamışdır. Logistikasının təkamülü təkcə onun inkişaf tarixi ilə deyil, sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin bazar münasibətlərində də özünə yer tapmışdır. Lakin dünyada logistikanın sferasında geniş tətbiqi 1970-ci ildən sonrakı dövr üçün xarakterikdir.

Digər elm sahələrinə nəzərən xeyli cavan elm sahəsi kimi tanınsa da, logistika elmi indinin özündə çox çevik şəkildə tərəqqi edir. Ona görə də məhfumunun tərfi və məzmunu mütamadi olaraq dəqiqləşdirilərək dəyişdirilir. Müxtəlif illərdə çapdan çıxan ensklopediyalarda “logostika” məhfumu fərqli mənada və məzmununda izah edilir. Həmin izahlar 1.1 saylı cədvəldə təqdim edilir. [22;94]

Bir çox xarici ədəbiyyatlarda “logistik” məhfum müxtəlif mənalarda verilir:

- logistik injiniriq;
- marketinq logistikası;
- sənaye logistikası;
- istehsal və istehsal-kommersiya logistikası;
- logistik menecment;
- təchizatın menecmenti;
- nəqliyyat logistikası və s.

Logistikaya verilən belə geniş mənə iki əsaslı səbəblə - mülki və biznes sahəsində logistikanın hələ də lazımı yer tutmaması, eləcə də logistik konsepsiyasının mənşəyi ilə əlaqədardır. Prof. L.B.Mirotin və V.İ Sergeyevin ali təhsil üçün hazırladıqları kitabda [26,s.12] Y.M.Neruşin dərş vəsaitində [27,s.58] və T.İ.İmanovun iri həcmli əsərində [24,s.31] logostikasının tarixi inkişaf mərhələləri oxşar məzmununda sxem şəklinə göstərilmişdir.

Həmin sxemin dissertasiya işinin mövzusu ilə sıx əlaqəsi olduğundan, onun bəzi əlavələrimizlə bu yarım bölmədə verilməsinə və şərhinə üstünlük veririk.

Şəkildən göründüyü kimi, logistikanın inkişafının birinci mərhələsi 1920-1950-ci illəri əhatə edir və hissələrə ayırma dövrü kimi səciyyələndirilir. Həmin dövrdə logistikanın bir çox funksiyaları formalaşmış və logistik konsepsiyanın gələcəkdə tətbiqi üçün ilkin şərtlər müəyyən edilmişdir. Bu dövr ərzində məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin iqtisadi təbiəti müəyyən edilmiş və marketinq üzrə bir sıra fundamental tədqiqat işləri yerinə yetirilmişdir, ilk mərhələdə tələbin və istehsalın planlaşdırılması ehtiyatların idarə edilməsi və texnoloji nəql etmə məsələlərinin həllinə üstünlük verilmişdir.

Logistikanın inkişafının ikinci mərhələsi (1950-1970) logistikanın nəzəri və əməli aspektlərinin inkişafı və onun yaranması dövrü kimi səciyyələnir. Bu mərhələni bəzi tətqiqatçılar bərpa dövrü adlandırırlar.

Cədvəl 1.1.1

«Logistika» məfhumunun lüğəti tərifləri istinad

Tarifi	Mənbələr
1	2
Yaxın və uzaq məsafələrdən ordunun yerdəyişməsinin idarə edilməsi mədəniyyəti	Hərbi ensiklopedik lüğət, S-Pb, 1850
Riyazi məntiq	Müasir rus ədəbiyyatı lüğəti, cild 1-17, 1948-1965
Simvoliki məntiq. Məntiqin ən yeni formalist növləri	Xarici sözlərin lüğəti, M., 1954
Qərargah xidmətinin texnikası, arxa cəbhənin hesabatı, təchizat və daşınma texnikası	Müller V.K. İngiliscə-rusca lüğət. M., 1963
Maddi-texniki təchizat, arxa cəbhədə iş, arxa cəbhənin və təchizatın təşkili	Qanşina K.A. Fransızca-rusca lüğət. M., 1977
Arxa cəbhə və təchizat, maddi-texniki təminat, arxa cəbhədə iş	Müller V.K. Yeni ingiliscə-rusca lüğət. M., 1994
Planlaşdırma prosesi, material axınının təşkili və hərəkətinə nəzarət, onların anbara yığılması və saxlanması, onların hərəkətinin bütün mərhələləri üzrə müvafiq informasiyanın təqdim	ABŞ «Logistika menecmenti üzrə məsləhətlər». M., 1991
Əmtəlik məhsulun istehsalı, bölüşdürülməsi və satışı, sənaye istehsalının təşkili, müəssisələrin təchizat məsələlərini əhatə edən kompleks və sistemli yanaşmaya əsaslanan elm olub istehsalın, nəqlin və bölüşdürmənin səmərəli	Xarici ticarət üzrə nəqliyyat əməliyyatları (D.S.Nikolayevin redaktəsi ilə). M., 1999
Materialların və informasiya axınının qarşılıqlı əlaqəsinin idarə edilməsi problemlərini əhatə edən elmin kompleks istiqamətidir.	«Beynəlxalq ekspeditor» jurnalı, Xs 8, M., 1998, s.42
Xammal və materialların istehsal müəssisələrinə çatdırılması, nəqli, anbara toplanması əməliyyatlarının planlaşdırılması, idarə edilməsi və nəzarəti haqqında elmdir	Rodnikov A.N. Logistika terminlərinin lüğəti. M., 1995

Mənbə. Неруц Ю. М. Логистика в схемах и таблицах М. «Проспект» (2016, с 9-10)

1960-cı illərin sonlarından etibarən qərb ölkələrində menecmentin integrativ aləti kimi yeni konsepsiya “biznes-logistik konsepsiya” formalaşmağa başladı.

Boversox D.J. və başqalarının “Logistik menecment” kitabında bu konsepsiya mahiyyətinə görə aşağıdakı kimi şərh edilmişdir:

“Logistika - məhsulların hərəkəti və konkret yerdə və təyin edilmiş vaxtda , bu məhsullar üzrə tələb və təklifin əlaqələndirilməsinə imkan verən bütün fəaliyyət növlərinin menecmentidir” [25, s.123].

Bunlarla yanaşı, baxılan dövr ərzində logistikaya ümumiləşdirilmiş təyinatların və ya təyinatın verilməsinə daha çox cəhdlər edilirdi. Belə cəhdləri hər şeydən əvvəl, ilkin olaraq müxtəlif ölkələrə məxsus tədris ocaqları-universitetlər və çoxsaylı logistik təşkilatlar, assosiasiyalar və cəmiyyətlər göstərirdilər [26, s.15; 40, s.41].

Dünyada böyük nüfuza malik olan və sonralar Logistik Menecment Şurasına çevrilən ABŞ-ın fiziki bölüşdürmə menecmenti üzrə Milli Şurası o zaman logistikaya aşağıdakı kimi təyin vermişdi: “Logistika, hazır məhsulun istehsal xətlərinin sonundan istehlakçılara səmərəli yolla çatdırılması, bəzi hallarda isə - təchizat mənbələrindən istehsal xətlərinin əvvəlinə qədər xammal və materialların hərəkəti ilə əlaqədar olan geniş fəaliyyətdir.

Bu fəaliyyət özündə nəqliyyat, anbarlaşdırma, materialların emalı, qablaşdırma, ehtiyatlara nəzarət, istehsal və anbar yerlərinin seçilməsi, məhsul istehsalına sifarişlərin verilməsi, tələbin proqnozlaşdırılması, marketinq və istehlakçılara xidmətin göstərilməsini birləşdirir” [27, s.15;].

Üçüncü dövr (1970-1980) logistikanın müasir inkişaf mərhələsi olaraq daha çox, biznes logistikası, marketinqin təşkili, keyfiyyətin idarə edilməsi və sənaye logistikasının formalaşması dövrü kimi xarakterizə olunur.

Artıq 1970-ci illərin əvvəllərində biznes-logistikanın fundamental prinsipi formalaşdı və bir sıra qərb firmaları onları özlərinin praktik fəaliyyətlərində müvəffəqiyyətlə tətbiq etməyə başladılar. Lakin bununla yanaşı mənfəətin yüksəldilməsinə maraqlı olan əksər firmalar üçün çəkilən məsrəflərə nəzarət və onların azaldılmasına logistik yanaşma hələ ki, həyati tələbata çevrilməmişdi. Eyni zamanda logistik ideyaların, konsepsiyaların və əlaqələndirmə funksiyalarının tv

tətbiq edilməsi sahəsində göstərilən cəhdlər bir sıra qərb ölkələrinə məxsus firmaların orta və hətta ali menecer təbəqələri tərəfindən heç də birmənalı qarşılanmırdı.

Uzun müddət ərzində ənənəvi funksiyaların, məsələn, tədarük, nəqliyyat, yüklərin emalı və s. yerinə yetirilməsinə öyrənmiş və adət etmiş menecerlər ümumi məsrəflərin azaldılması konsepsiyası əsasında material axınlarının idarə edilməsinin reallaşdırılması üçün zəruri olan təşkilatı dəyişikliklərin tətbiqinə tez-tez maneçilik törədirdilər.

Bu, sadəcə ənənəvi funksiyanın icra edilməsinə mexaniki vərmiş etmiş menecerlərin yeniliyin qəbul edilməsi sahəsində göstərdikləri ətalətliliklə bağlı idi. Həmin dövrdə daha bir çətinliyi isə mövcud mühasibat uçotu sistemi ilə bağlı idi.

1970-ci illəri xarakterizə edən daha bir spesifik cəhət ondan ibarət idi ki, yüksək keyfiyyətli xammal resurslarının çatışmazlığı şəraitində rəqabət mübarizəsi daha da güclənmişdi. Bununla əlaqədar olaraq əksər istehsalçı firmaların ümdə vəzifələri əmtəlik məhsulların maya dəyərini azaltmaq və xammal, material, yarımfabrikat və dəstələşdirici məmulatlardan rəşional istifadə istiqamətlərini müəyyənləşdirməkdən ibarət idi. Elə bu dövrdə dünya enerji böhranının güclənməsi bu məsələlərin daha da dərinləşməsində mühüm rol oynadı.

Logistikanın inkişafının növbəti mərhələsi (1980-1990) inteqrasiya dövrü kimi qiymətləndirilir. Bu dövr çəvik istehsal sistemləri və texnologiyaları, İKT mikroprosessor texnologiyalarının geniş tətbiqi şəraitində inteqrativ bölüşdürmə funksiyasının yerinə yetirmişdir.

Artıq uzun illərdir ki, inteqrativ logistikanın - istehsal, tədarük, bölüşdürücü, nəqliyyat, anbar, informasiya logistikası kimi sərbəst istiqamətləri formalaşmışdır. ARŞ-m Miçiqan Universitetinin professoru D.Bauersoks haqlı olaraq bu mərhələni “logistik intibah” dövrü adlandırmışdır.

Sözgedən olunan dövr qərb dünyasında müasir marketinq və logistikanın inteqral konsepsiyalarının sürətli inkişafı ilə xarakterizə olunur. Bu dövr ərzində logistikanın inkişafını müəyyənləşdirən ideya, hər şeydən əvvəl istehsalçı

firmaların logistik funksiyaları ilə onların tərəf müqabilləri-iqtisadi tərəfdaşlarının logistik funksiyalarının- “tədarük-istehsal-fiziki bölüşdürmə-satış” zəncirinin maksimum inteqrasiyası ilə fərqlənir. Bu dövür həm də biznes fəaliyyətinin son nəticələrinin minimum xərclərlə yaxşılaşdırılması, mənafehin tarazlaşdırılması və uyğunluğunun təmin olunması kimi xarakterizə edilir. Baxılan dövr dünya iqtisadiyyatında logistik fenomenin “yüksəlişi” kimi aşağıdakı başlıca dəyişikliklərin baş verməsi ilə səciyyələnir: [43, s.16]:

- informasiya texnologiyası sahəsində inqilab və fərdi hesablama texnikasının (kompüterlərin) tətbiqi;
- bazarların qloballaşması;
- iqtisadiyyatın infrastrukturunun dövlət tənzimlənməsi mexanizmində baş verən əsaslı dəyişikliklər;
- məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsi fəlsəfəsinin geniş yayılması;
- iqtisadi əməkdaşlığın və strateji ittifaqın inkişafı tempi; biznesin təşkilində struktur dəyişiklikləri [27, s.17].

1980 və 1990-cı illərin əvvəlləri, həm də “Kompüter əsri” adlandırılaraq, logistikanın gələcək inkişafına təminat yaradan vacib şərtlərdən birinə çevrilmişdir. Kompüterlərdən istifadə və onların bazasında lokal hesablama və telekommunikasiya şəbəkələrinin və avtomatlaşdırılmış iş yerlərinin yaradılması logistika üçün geniş üfüqlər açmışdır. Nəticədə, iş yerlərinin fərdi kompüterlərlə təchizatı funksional, texniki və riyazi proqram təminatlarının bir məqsəd üçün istifadəsi logistika üzrə çalışan menecerlər üçün, bir tərəfdən interaktiv əməliyyatların (xammal, material və hazır məhsulların alqı-satqısı prosesinin) vaxtında həyata keçirilməsinə imkan yaratmışdır. Digər tərəfdən, müasir informasiya-kommunikasiya texnika və texnologiyalarından istifadə edilməsi istehsal – kommertiya məsələlərinin fəaliyyətinin müxtəlif cəhətlərinin, o cümlədən məhsulların çeşidlər üzrə istehsalı, anbarda (çənlərdə) qalığın, onların daxili və xarici bazarlara tədarük, sifarişlərin yerinə yetirilməsi, birjalarda qiymətlərin dəyişilmə dinamikası və digər logistik əməliyyatlara dəqiq və vaxtında

nəzarət olunmasına imkan verir. Logistika iqtisadi informasiyaların elektron daşıyıcıları şəklində mövcud olmasına, onun bazar infrastrukturunun mühüm komponentlərindən birinə çevrilməsinə, elektron ticarətin, elektron istehsal - istehsal - kommersiya fəaliyyəti və elektron kommunikasiya sisteminin formalaşmasına, habelə müasir standartların tətbiqinə imkan yaradır.

Logistika prinsiplərini həyata keçirmək üçün banklararası SWIFT və SWIFT-2 şəbəkələri arasında elektron-bank əməliyyatları sisteminin yaradılması, logistik tərəfdaşlar arasında “Məlumatların elektron mübadiləsi” EDİ və “İdarəetmədə ticarət və nəqliyyat sahələrində məlumatların elektron mübadiləsi” EDIAFCT fəaliyyətin həmin standartlar çərçivəsində aparılmasına təminat yaradır.

Nəticədə, istehlakçıların xammal, material və hazır məhsullarla təminatı işi yaxşılaşmış, işçilərin peşəkarlıq səviyyəsi artmış və istehsalçı müəssisələr haqqında tədarük və satış bazarlarında yüksək imic formalaşır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində logistika digər aspektləri ilə yanaşı material resurslarının vaxta və məkana görə yerdəyişməsi üzrə fəaliyyətinin bütün növlərini əhatə edir. Logistikanın funksiyaları istehsalın və material resurslarının bütün mərhələlərində həyata keçirilir. Onun başlıca məqsədi tələbin ödənilməsi, yüklərin vaxtında və daha az xərclə daşınmasının təmin edilməsi üçün material ehtiyatlarının və informasiya axınlarının səmərəli idarə edilməsidir. Bu, logistik sistemin strukturunu və əsas funksiyalarını müəyyən edir.

Məlumdur ki, müəssisədə idarə olunan prosesin fasiləsizliyi və səmərəliliyinin təmin edilməsinin ən başlıca amili orada maddi-texniki təminatın düzgün təşkil edilməsidir. Bu məqsədlə hər bir iş yerinə (texnoloji qurğuya, prosesə) tələb olunan əsas və köməkçi materialların (reagentlərin, katalizatorların, yarımfabrikatların və s.) gətirilməsinin təmin edilməsi və müəssisədə material və enerji ehtiyatlarının optimal səviyyəsi saxlanılmalıdır.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, həmin vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün logistik yanaşmanın tətbiqinə böyük ehtiyac duyulur. Bu, ilk növbədə, logistik təşkilatların yaranmasında təzahür edir. (şəkil 1.2). Logistik yanaşma klassik, yəni insanlar

arasında münasib mövqelərin yaranması və sistemli olmaqla fərqlənirlər. Bu yanaşmalar qəbul edilən qərarların xarakterini müəyyən edir, mühüm aşkar etməyə istehsal – kommersiya fəaliyyətlərinin əsas elementlərini elmi və metodiki cəhətdən əsaslandırmağa imkan verir.

Logistik yanaşmanın əsas cəhətlərinə aşağıdakılar aiddir:

- Logistika infrastrukturlarının yaradılması;
- Logistikanın təşkilinə çəkilən xərclərin minimumlaşdırılması;
- Materialların fiziki hərəkətin marşrutlarının optimallaşdırılması;
- Material ehtiyatlarının etibarlı saxlanması;
- Məlumatlandırma və optimal qərarların qəbul edilməsi;
- Logistika üzrə strateji məqsədlərin (bazarda mövqelərin möhkəmləndirilməsi, rəqabətə davamlılıq, xərclərin minimuma endirilməsi, sifarişçilərə xidmətin lazımı səviyyədə təşkili), reallaşdırılması

Deməli, logistik yanaşmanın ən başlıca məqsədi müəssisədə material axınlarının idarə edilməsi prosesinin düzgün təşkilidir. Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə istehsal - kommersiya müəssisələrinin əsas fəaliyyət dairəsi kimi logistika xərcləri Ümumi Daxili Məhsulun (ÜDM) 20-30%-ni təşkil edir. Buna görə də dünyanın qabaqcıl şirkətləri öz fəaliyyətlərində logistik konsepsiyanın və strategiyanın formalaşmasına üstünlük verirlər.

Bu isə öz növbəsində məhsulların və informasiya axınlarının idarə edilməsi ilə əlaqədar olan bütün növ resursların optimallaşdırılmasına şərait yaradır. Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin və qabaqcıl kompaniyaların iş təcrübəsi göstərir ki, logistika müasir biznesin inkişafında mühüm strateji rol oynayır.

Təhlil nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, logistikanın inkişaf meyini aşağıdakı amillər formalaşdırır:

- yükdaşımalara sərf edilən xərclərin sürətlə artımı;
- hazır məhsullar, xammal və materiallar üzrə ehtiyatların miqdarının əsaslı dəyişilməsi;
- istehsalın səmərəliliyinin yüksək həddə çatması;

- marketing konsepsiyası əsasında birbaşa məhsul göndərilməsi prosesinin formalaşması;
- maddi-texniki təchizat, satışı məhsulların anbarda mərkəzləşdirilməsi və nəqli prosesində, eləcə də xidmət sferasında kompüter texnologiyalarının geniş tətbiqi;
- alıcılar və satıcılar tərəfindən kompüterlərdən istifadə səviyyəsinin yüksəlməsi.

Başqa sözlə, logistika özündə maddi-texniki təchizatın təşkilinin, anbar təsərrüfatının, nəqliyyat sisteminin, kadr təminatı, material ehtiyatlarının yaradılması, təşkilati-informasiya sistemlərinin, istehsal - istehsal - kommertiya fəaliyyətinin idarə edilməsi prosesini cəmləşdirir.

Bu proseslərin idarə edilməsi logistik sistemin düzgün təsnifləşdirilməsini tələb edir. Bu baxımdan, logistik sistem makro və mikro idarəetmə səviyyələrinin qarşılıqlı və bir-birini tamamlayan şəkildə təzahür edilməlidir.

Logistikaya həsr edilmiş ədəbiyyatların [33, 100] ümumiləşdirilməsi əsasında logistik sistemlərin təsnifatını əks etdirən sxemin tərtib edilməsinə cəhd göstərmişik (şəkil 1.3). Lakin, həmin sxemin makro və mikro səviyyədə təkmilləşdirilməsi zaman və məkan baxımından zəruridir.

İnformasiya texnologiyaları sahəsində dünyada baş verən inqilabi dəyişikliklər sübut edir ki, xammal, material, yanmfabrikat, hazır məhsul və s. axınları ilə bərabər informasiya axınları da logistik idarəetmənin mühüm obyektidir və onların təcrübədə eyniləşdirilməsi logistik yanaşmanın aydın dərk edilməsini şərtləşdirir.

Bununla əlaqədar, hələ 1985-ci ildə ABŞ-da fəaliyyət göstərən Logistik Menecment Şurası (LMS) logistika sahəsində o vaxtadək mövcud olan anlayışları dəqiqləşdirərək, logistikaya aşağıdakı tərifini vermişdir. “Logistika - istehlakçıların tələblərini minimum xərclə tam təmin etmək üçün idxal və ixrac, daxili və xarici yerdəyişmələr də nəzərə alınmaqla xammal, material, bitməmiş istehsal, hazır məhsul ehtiyatları, xidmət və onlara bərabər tutulan informasiya axınlarının yaranma mənbəyindən istehlak yerlərinə qədər planlaşdırma, idarəetmə və səmərəli

nəzarət prosesidir” [41, s.18]. Bizim fikrimizcə, həmin tərfi qeyd edilən məzmununda istehsal kommersiya müəssisələrinə tam şamil etmək olmaz. Əvvəla, sözügedən bir çox məhsulları digər sahələr üçün xammal kimi çıxış edir, xidmət funksiyası daşıyır və əlavə dəyər yaradır. Bu baxımdan servis xidməti hökmən nəzərə alınmalıdır.

İkincisi, müəssisələrarası kooperasiya əlaqələri müəssisədaxili logistikaya aid edilir və xərclərin son həddini nəzərə almır. Üçüncüsü, istehsal kommersiya fəaliyyəti nəticəsində logistika xərcləri hər bir idarəetmə səviyyəsində dəyişir. Dördüncüsü, İKM-in xammalla təchizatına, tələb və təklifin səviyyəsi ilə yanaşı, dövlətin müvafiq sənaye strategiyası da ciddi təsir göstərir. Odur ki, istehsal – kommersiya fəaliyyəti sahəsində müəssisələrin kooperasiya əlaqələri də logistika konsepsiyasının işlənməsində nəzərə alınmalıdır.

Deməli, logistika - iqtisadiyyatın tənzimlənmə mexanizmi çərçivəsində istehsal və istehlak sferalarının işinin fasiləsizliyinə, səmərəliliyinə, yüksək xidmət səviyyəsinə və strateji inkişafına təminat yaradan, rəqabət mühitinə tab gətirən, mikro və makro-iqtisadi səviyyələrin sintezində menecmentin bütün metodlar, vəsaitləri və funksiyalarının həyata keçirilmə prosesidir.

Beləliklə, logistika sisteminə qloballaşan biznes prosesinin tərkib hissəsi kimi baxılmalıdır. Başqa sözlə, logistika sisteminin inkişaf meyilləri artıq qloballaşma kimi təzahür edilir. Bu baxımdan qlobal logistikanın prinsipial sxemini aşağıdakı kimi təsvir etmək olar.

Şəkildən göründüyü kimi, beynəlxalq logistika sisteminin (BLS) formalaşması və inkişafına bazarlarda yaranan rəqabət mühiti, maliyyə amili və bölgü kanalları birbaşa təsir göstərir. Bu zaman bazar maneələrinə rəqabət mübarizəsi şəraitində ucuz xammal, enerji və iş qüvvəsindən istifadə, eləcə də məhsulların satış bazar qiyməti birbaşa təsir göstərir. Maliyyə üzrə maneələrə - vergi, gömrük, dövlətin ticarət siyasəti, bank faizlərinin dərəcəsi və kapitalın ötürülməsinə qoyulan hədd və s. daxildir.

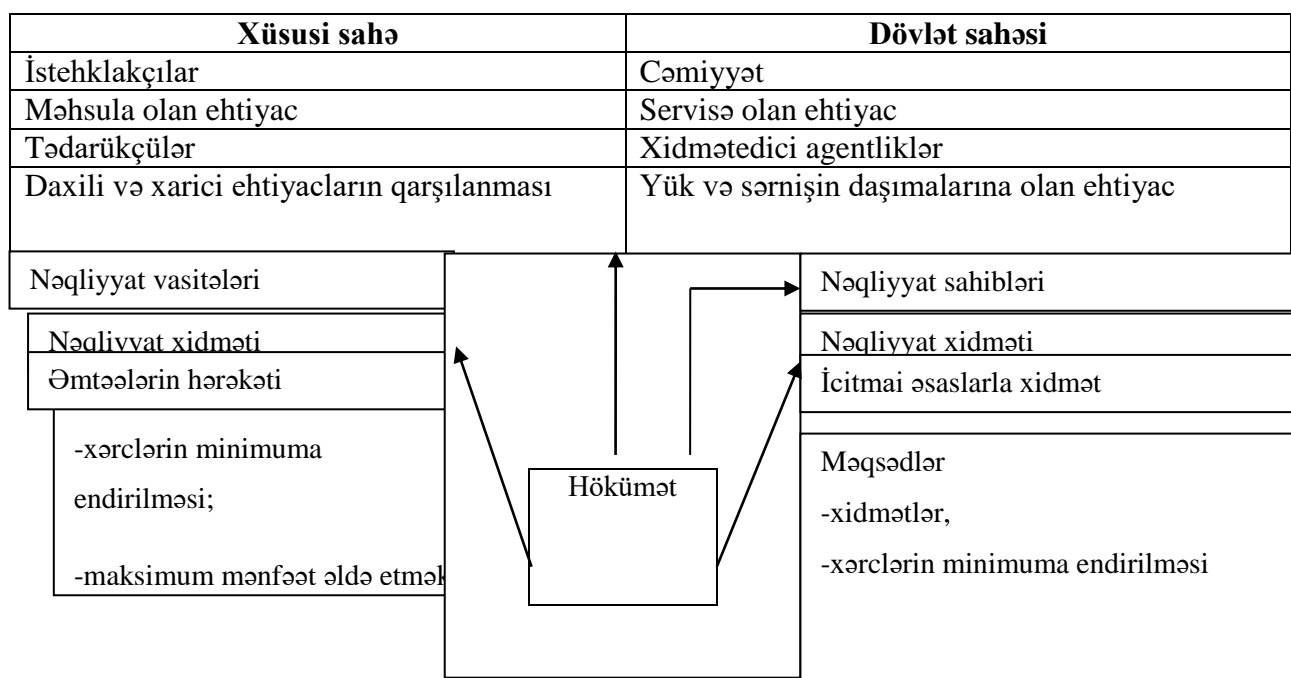
Xüsusilə vurğulamaq olar ki, bazar iqtisadiyyatı mühitində xüsusi və dövlət

sahələrində logistikaya ehtiyac günbəgün çoxalır. Sözügedən ehtiyacların ortaya çıxma prosedurunu göstərən komponentlər 1.1.1. sayılı cədvəldə qeyd edilmişdir.

Cədvəldən aydın olur ki, xüsusi sahələrdə logistikaya ehtiyac maliyyə vasitələrindən faydalanmaqla ehtiyacı olanlarla istehlakçıların arasında nəqliyyat mexanizmləri və servisləri diqqət mərkəzinə yönəltməklə, imtiyazların daimi fəaliyyətini bərpa etmək və ən az ödənişlə ən çox gəliri qazanmaqdan təşkil edilmişdir.

Cədvəl 1.1.2

Tələbatın yaranmasının prinsiplial sxemi.



Mənbə.Вайнхолд-Штjюнци Х. Маркетинг на малых и средних предприятиях // Проблемы теории и практики управления. 2012, № 3, с.72.

Dövlət sahəsi əhalinin öz xeyrini önəmsəyərək, ən az ödənişlə onlara servis etməyə daha çox önəm verir. Sadalananlar üzrə qlobal logistik zəncirvari sisteminin arxitekturası təşəkkül tapır (cədvəl 1.1.1).

Beynəlxalq təcrübədə həmin arxitektura transmilli korporasiyalar sistemində daha geniş istifadə edilir. Həmin model beynəlxalq miqyasda korporasiyaların qlobal logistika strategiyasının konseptuallaşması üçün istifadə edilir yə özündə aşağıdakı əsas elementləri əks etdirir:

- Makro-səviyyədə qlobal logistik vasitələri, kapital və satış bazarlarını, bazar dinamikasını, dövlət institutlarını, mədəniyyəti, texnologiyanı, rəqabət və s. istehlakçıları;
- Biznes tərəfdaşları ilə münasibətlər, maliyyə, biznesin məqsədi və strategiyası;
- İstehsal, servis və distribütorlar üzrə logistik zəncirdə material, informasiya və maliyyə axınları;
- İstehsal menecmenti, ehtiyatların idarə edilməsi, beynəlxalq kooperasiya, daşınma, informasiya menecmenti və sifarişlərdə menecment funksiyaları.

Avropa ölkələrində qlobal logistika şəbəkəsi üç kateqoriyaya bölünərək, müxtəlif logistika mərkəzləri ilə təmsil olunur. Onlara: istehsalat mərkəzləri, sifarişlərin toplanması və icrası; istehlakçılara dəstək verən mərkəz; eləcə də qız kompaniyaları aiddir.

Hər hansı logistik sistem məcmu elementlərdən ibarət olub, öz aralarında dayanıqlı əlaqə və münasibət yaradır. Həmin elementlər ayrıca manqa (bölmə) olmaqla iqtisadi və ya funksional obyekt kimi çıxış edir və logistik sistemin qarşısında duran vəzifələr çərçivəsində təhlil və sintez olunaraq, özlərinin lokal məqsədlərini həyata keçirirlər.

Belə manqa və ya bölmə kimi material resurslarını tədarük edən müəssisələr, məhsul istehlakçıları və onların struktur bölmələri (sexlər, qurğular, sahələr), satış, ticarət və müxtəlif səviyyələrdə vasitəçi təşkilatlar, birjalar, banklar və digər maliyyə təşkilatları, rabitə, informasiya-kompüter servisi göstərən müəssisələr və s. çıxış edir.

Həmin bölmələr, logistik sistemin üzvi tərkib hissəsi kimi aşağıdakı xüsusiyyətləri ilə fərqlənir:

- müxtəlif mülkiyyət və təşkilati-hüquqi formalarda çıxış etmələri;
- fəaliyyət xarakteri və məqsədlərin müxtəlifliyi;
- müxtəlif güclərə, istifadə etdikləri texnoloji avadanlıqlara, material resurslarına malik olmaları;

- texniki vasitələrin və əmək resurslarının böyük ərazidə cəmləşməsi;
- nəqliyyat vasitələrinin mobillik dərəcəsi;
- fəaliyyətlərinin nəticələrinin çox saylı xarici amillərdən, habelə bir-birilə sıx əlaqədə olan bölmələrdən asılılığı və s.

Qeyd edilən xüsusiyyətlərlə yanaşı , logistik sistem özünün təşkilati-funksional strukturlu və fəaliyyətinin optimal meyarları ilə idarəetmə obyekt və subyektlərinin sintezi kimi çıxış edir.

Uzun illər bazar iqtisadiyyatı modeli ilə inkişaf edən ölkələrdə qlobal logistikanın obyektləri kimi - Transmilli Korporasiyalar (TMK), Maliyyə-Sənaye Qrupları (MSQ) və Azad İqtisadi Zonalar (AİZ) çıxış edir. Qeyd etmək lazımdır ki, hələlik ölkəmizdə qlobal logistika obyektləri tam səlahiyyətdə təşkil edilmişdir və bu iş özünün başlanğıc mərhələsindədir. Doğrudur, logistik fəaliyyət üzrə müvafiq normativ hüquqi bazanın yaradılması üçün məqsədyönlü iş aparılır. Fikrimizcə, TMK, AİZ və MSQ-nın ölkəmizin regionlarında yaradılması logistik sistemin yeni müstəvidə formalaşması və inkişafına zəmin yarada bilər. Azərbaycanın Qədim İpək Yolu üzərində yerləşməsi ölkədə Beynəlxalq Nəqliyyat dəhlizi sisteminin tammiqyash təşkilinə, qlobal nəqliyyat imkanlarının genişlənməsinə, QLS-nə müasir texnologiyaların cəlb edilməsinə, qlobal telekommunikasiya və informasiya infrastrukturalarının formalaşmasına böyük imkanlar yaradır.

Ədalət naminə deyək ki, qeyd edilən istiqamətlərdə ölkəmizdə sistemli tədbirlər həyata keçirilir. Tarixi İpək Yolunun beynəlxalq standartlara uyğun bərpa edilməsi, beynəlxalq dəhlizlər boyunca və regional məhsulsaxlama anbarlarının tikintisi, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının idarəetmənin bütün səviyyələrində və iqtisadi fəaliyyət sahələrində tətbiqi, fərdi kompüter şəbəkələrinin genişləndirilməsi, İNTERNET çıxışının artırılması, elektron xidmət portallarının yaradılması logistikanın ölkəmizdə inkişafının heç də tam siyahısını təşkil etmir. Bir neçə il əvvəl Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin yaradılması - telekommunikasiya və rabitə xidmətləri, texnoloji proseslərin avtomatik idarəetmə sistemlərinin tətbiqi, proqram komplekslərin işlənilməsi,

informasiya bazalarının yaradılması və onların idarəetmə sistemlərində tətbiqi, korporativ və kompüter şəbəkəsinin yaradılması, ölkə üzrə elektron sənəd dövriyyəsi və informasiya mübadiləsinin təşkili, informasiya təhlükəsizliyinin təmini kimi məsələlərin həlli logistik sistemlərin geniş tətbiqinə münasib şərait yaratmışdır.

Qeyd edilənlərlə yanaşı ölkədə nəqliyyat və rabitə sahələrində yük, maliyyə və informasiya axınlarının idarə olunması, beynəlxalq yük daşımaları üzrə logistik şirkətlərin yaradılması, azad ticarət zonaları, sənaye üzrə parkların və məhəllələrinin təşkil layihələrin həyata keçirilməsi bütövlükdə ölkəmizdə logistika strukturlarının formalaşmasına bariz nümunədir. Sadalanan qurumlar və layihələr milli və lokal logistika üzrə uzunmüddətli beynəlxalq və regional layihələr həyata keçirirlər.

Bakı-Tbilisi-Ceyhan (BTC); Bakı-Tbilisi-Ərzurum (BTƏ); Bakı- Novorossiysk; Bakı-Supsa, Bakı-Tbilisi-Qars (BTQ) dəmir layihələri və digər transmilli və beynəlxalq layihələrin həyata keçirilməsi ölkənin qlobal logistik sisteminə (QLS) inteqrasiyasını sürətləndirmişdir. Lakin bu layihələri həyata keçirən şirkətlərin ayrı-ayrılıqda fəaliyyəti pərakəndəliyə yol açmaqla bərabər, böyük məbləğdə idarəetmə xərclərinin lüzumsuz məsrəfinə imkan yaradır.

Məhz bu nöqsanları aradan qaldırmaq üçün hələ 1995-ci ildə Rusiyada qlobal nəqliyyat- logistika sisteminin yaradılması üzrə fəal tədqiqatlar aparılmış və onun nəticəsində ölkənin şimal regionları üçün logistik sistem qurulmuşdur.

Fikrimizcə, Azərbaycanda çoxsaylı nəqliyyat-logistik firma və vasitəçilərin işini vahid logistik mərkəzdən idarə və koordinasiya etməyə, istehlakçılara səmərəli xidmət göstərməyə böyük ehtiyac vardır. Bu məqsədlə ölkə sistemində regional nəqliyyat-logistik mərkəzinin yaradılması aşağıdakı məsələlərin həllinə zəmin yarada bilər:

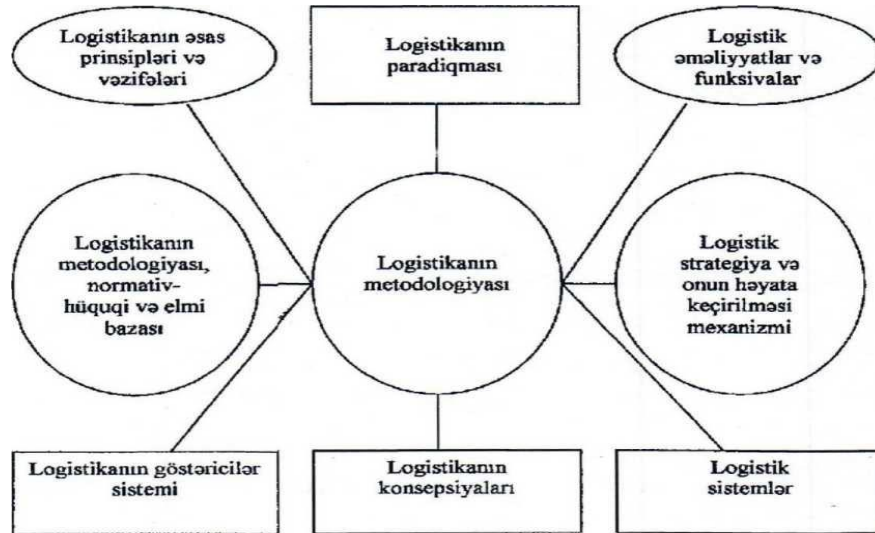
- investisiyaların cəlb edilməsi və yeni iş yerlərinin yaradılması hesabına əhalinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi;
- müasir inteqrativ logistik texnologiyaların tətbiqi hesabına istehlakçıların nəqliyyat-logistika təminatının keyfiyyətinin beynəlxalq standartlara uyğun

yüksəldilməsi;

- makro-logistik sistemdə formalaşan xarici investisiyalar və tərəfdaşların cəlb edilməsi hesabına xarici-iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi;
- nəqliyyat-logistik xidməti bazarının tənzimlənməsi və səmərəli monitoring sisteminin formalaşması;
- beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun regional material və nəqliyyat axınlarında daşımaların, optimal marşrutlarının, səmərəli variantlarının seçilməsi hesabına nəqliyyat vasitələrinin ətraf mühitə zərərli təsirinin azaldılması;
- ölkədə beynəlxalq ticarət və bank fəaliyyətlərinin aktivləşdirilməsi;
- yerli və xarici nəqliyyat və logistika şirkətləri üçün vahid normativ-hüquqi bazanın yaradılması;
- material resurslarının daşınmasını həyata keçirən subyektlər üçün səmərəli avto-servis sisteminin yaradılması;
- logistika üzrə vasitəçilərin fəaliyyətinin koordinasiya edilməsi;
- maddi - texniki ehtiyatlarının optimal səviyyəsinin planlaşdırılması, tənzimlənməsi və monitoringi;
- resursların fiziki bölüşdürülməsi parametrlərinin optimallaşdırılması

Beləliklə logistik sistemlərinin təşkili və idarə edilməsi problemlərinə həsr edilmiş ölkə [25, s.123] və xarici tədqiqatçıların əsərlərinin, eləcə də beynəlxalq elmi konfransların materiallarının araşdırılması nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, istehsal – kommersiya müəssisələrinin fəaliyyətinin səmərəli aləti kimi logistikanın nəzəri və metodoloji əsasları özündə, bir – birilə sıx qarşılıqlı əlaqədə olan bir sıra elementləri cəmləşdirir. Onların təsnifatı 1.7. sayılı şəkildə təqdim olunmuşdur. Göründüyü kimi, logistikanın nəzəri əsaslarını onun paradiqması, prinsipləri, funksiyaları, sistemləri, konsepsiyaları, strategiyası və onun həyata keçirilməsi mexanizmi, metodologiyasını isə klassik və sistemli yanaşmalar, göstəricilər sistemi, normativ-hüquqi bazası təşkil edir.

Şəkil. 1.1.1 Logistikanın nəzəri və metodoloji əsaslarının tərkib hissələri



Mənbə: Вайнхолд-Штjонци Х. Маркетинг на малых и средних предприятиях // Проблемы теории и практики управления. 2012, № 3, с.72.

Logistikanın tarixi inkişaf mərhələləri ilk növbədə onun paradiqması ilə sıx əlaqədardır. Tarixi logistikanın aşağıdakı dörd əsas paradiqması formalaşmışdır: analitik, texnoloji (informasiya), marketing və inteqral. Qərb ölkələrində bu fundamental paradiqmalar ətrafında müəyyən elmi məktəblər, tədqiqat qrupları, logistik cəmiyyətlər formalaşması və bir sıra önəmli işlərin həyata keçirilməsinə nail olunmuşdur.

Logistikanın paradiqmalarının məzmunu ilə tanış olduqda aydın olur ki, analitik istehsal və mübadilə sferasında material axınlarının idarə edilməsi problemləri ilə məşğul olan və logistikaya nəzəri elm sahəsi kimi klassik yanaşmanın özündə əks etdirir. Bu paradiqma ciddi nəzəri bazaya, ehtiyatların idarə edilməsi, üzrə tədqiqatlara, iqtisadi kibernetikaya, riyazi-statistik model və metodlardan istifadəyə əsaslanır.

Texnoloji paradiqma ötən əsrin 60-cı illərində meydana gəlmişdir və innovasiya-kompüter texnologiyaları sürətli inkişafı ilə sıx əlaqəlidir. Bu paradiqmanın fəlsəfəsi ondan ibarətdir ki, həm logistik obyektlərdə material axınlarının idarə edilməsi üzrə ümumi problemləri formalaşdırır, digər tərəfdən isə problemin həlli üçün zəruri olan informasiya-kompüter proqramı təminatını yaradır. Bu paradiqmada əsas diqqət istehsal - kommersion müəssisələrinin

fəaliyyətinin planlaşdırılması, material resurslarının tədarükü, məqsədli bazar fəaliyyətinin təşkili, məhsul istehsalı, bölüşdürülməsi və satışı funksiyalarının yerinə yetirilməsinə yönəldilir.

Beləliklə, logistika bazar münasibətləri şəraitində istehsal – kommertiya müəssisələrdə maddi- texniki təchizatın transformasiya olunmasında, istehlakçılar və istehsalçılar arasında qarşılıqlı münasibətlərin idarə edilməsində innovativ yanaşmalardan istifadəni ön plana çəkir və bu proseslərə, xarici mühitin təsirini nəzərə almağı tələb edir. Müəssisələrin bazarda mövqələrini davamlı və dayanıqlı qoruyub saxlaması üçün xammal, material və əmtəə axınlarının idarə edilməsi sistemli yanaşma əsasında təşkilini ön plana qoyur.

1.2. İstehsal - kommertiya müəssisələrinin əsas tipləri və vəzifələri

İstehsal – müəssisələri müxtəlif təyinatlı ola bilər və bu onların fəaliyyət sahələrilə müəyyən edilir. İstehsal – kommertiya müəssisələrinin əsas məqsədi məhsul istehsalı və satışını həyata keçirməklə minimum xərclərlə maksimum mənfəət əldə etməkdir.

İstehsal – kommertiya müəssisələrinin fəaliyyətinin zəmini onun material, maddi – texniki, maliyyə, kadr və informasiya resurslarıdır.

İstehsal - kommertiya fəaliyyəti, hər hansı bir digər sahibkarlıq fəaliyyəti kimi xeyli dərəcədə dövlət tərəfindən tənzimlənir. Dövlət hər şeydən əvvəl istehsal – kommertiya müəssisələrinin yaradılması və fəaliyyətinin bütün aspektlərini əhatə edən normativ – hüquqi bazanı foralaşdırır.

Aydındır ki, bu məsələlər ilk növbədə Azərbaycan Respublikasının müvafiq qanunvericilik aktları, Nazirlər Kabinetinin qərarı və sərəncamları ilə tənzimlənir.

Bundan savayı, dövlət xüsusi olaraq əlahiddə fəaliyyət növlərinə (məsələn, spirtli içkilər, siqaret və s.) qadağa qoymaqla, istehsal - kommertiya fəaliyyətinin müxtəlif növlərinə lisenziya (xaricə mal aparmaq və xaricdən ölkəyə mal gətirmək üçün icazə) verməklə, vergi imtiyazları və ya əksinə, yüksək vergiləri tətbiq etməklə insafsız rəqabətin və ya inhisarçı fəaliyyətin qarşısını almaqla, istehsal - kommertiya təşkilatlarının təsərrüfat fəaliyyətini nizamlaya bilər.

Nəzərə almaq lazımdır ki, praktiki olaraq bütün ölkələrdə dövlət qiymət siyasətini tənzimləyir və ya bilavasitə bəzi mal və xidmətlərin qiymətlərini müəyyən edir və onlara nəzarəti həyata keçirir. Bu məqsədlə bir çox ölkələrdə xüsusi qanun, fərman və qərarlar hazırlanır və həyata keçirilir. Nəticədə bunları işləmək üçün zəruri hüquqi baza ilə yanaşı istehsal – kommersiya müəssisəsində işçilərin əmək haqqı, ölkədə əhalinin real gəliri, habelə bazarda analoji məhsulların qiymət səviyyəsi və keyfiyyətinə dair etibarlı statistik informasiya olmalıdır. İstehsal – kommersiya müəssisələri daim fəaliyyətinin bu və ya digər cəhətlərinə təsir göstərən ən müxtəlif amillərin təsiri altında olur. Bu amillərin təsiri altında istehsal – kommersiya müəssisələrinin funksiyaları bu və ya digər dərəcədə yerinə yetirilir. Onların yerinə yetirilməsini səciyyələndirən xüsusi göstəricilər sistemi vardır.

İstehsal – kommersiyanın fəaliyyətinə təsir göstərən amilləri xarici amillərə, təşkilatın daxili xüsusiyyətləri ilə əlaqədar olanlar isə daxili amillərə bölünür.

İstehsal – kommersiya müəssisələrinin fəaliyyətinə təsir göstərən xarici amillərə aşağıdakılar aid edilir:

- təbii-demoqrafik amillər (əhalinin sayı, tərikibi və demoqrafik dinamika və s.); verilmiş ərazidə ixtisaslaşmış müəssisələrin yerləşməsi; əlavə xərclərin miqdarı; işçi qüvvəsindən istifadə etmə imkanları;
- tələbin səviyyəsi və onun formalaşmasına təsir edən amillər və işgüzar şəraitin xüsusiyyətlərinə təsir göstərən sosial-mədəni amillər;
- istehsalın xarakteri və formalarına, habelə ticarət fəaliyyətinin üsullarının həyata keçirilməsinə təsir edən texnoloji amillər; iqtisadi amillər: bazarların inkişaf dərəcəsi, tələbin ümumi həcmi, rəqabətin səviyyəsi, pul sisteminin stabilliyi, gəlirlərin miqdarı və onların paylanması xarakteri, əmanətlərin səviyyəsi, vergi siyasəti və s.;
- təsisat amilləri: bank sisteminin inkişafı, sığorta işinin inkişafı, təchizat və satış kanallarının inkişafı;
- hüquqi amillər: təsərrüfat hüququnun inkişaf dərəcəsi, təsərrüfat

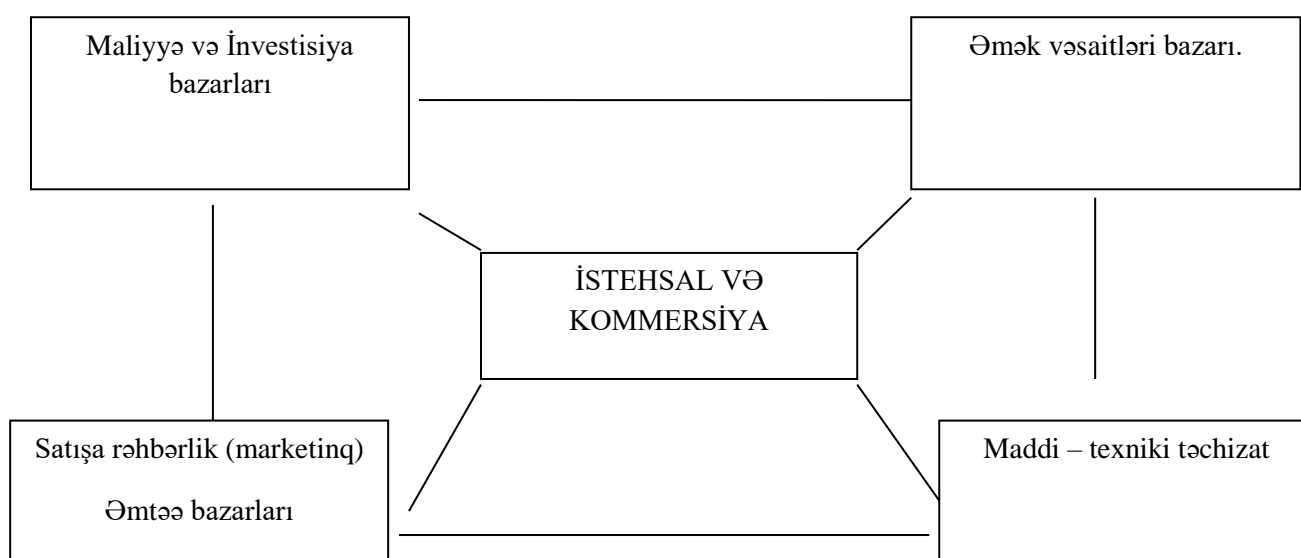
subyektlərinə qarşılıqlı münasibətlərinin nizamlanması, sahibkarlığın qanunvericiliklə müdafiəsi, dövlətin nizamlayıcı müdaxiləsinin xarakteri;

- siyasi amillər: siyasi institutların sabitliyi, dövlətin cəmiyyətlə qarşılıqlı münasibətlərinin xarakteri, idarə üsulları və qərar qəbul edilməsi - mexanizmi.

İstehsal kommertiya müəssisələrinin fəaliyyətinin daxili amillərinə aşağıdakılar aid olunur: bazar subyektlərinin təsərrüfatçılıq motivləri və resurslardan səmərəli istifadə səviyyəsi; mülkiyyət münasibətlərinin inkişafı; təsərrüfat əməliyyatlarının həyata keçirilməsi imkanları; kapitalın (pulun, sərvətin) artımını təmin edən mülkiyyət formalarının inkişafı; istehsal -kommertiya funksiyalarının inteqrasiya dərəcəsi; mülkiyyət münasibətlərinin demokratikləşdirilməsi; azad ticarətin həyata keçirilməsinin forma və metodları.

Bazar istehsal – kommertiya müəssisələrinin fəaliyyətinin idarə olunması iki qrupunu fərqləndirmək olar. Onun birincisi maliyyə və investisiya bazarları ilə əlaqədardır və maliyyə ilə idarəetmə adlanır. İkincisi əmək resursları bazarına yönəlmişdir, onun kadrlarla idarəetmə adlandırmaq olar (**şəkil 1.2.1**)

Şəkil 1.2.1. İstehsal - Kommertiya fəaliyyətinin sahələri və funksiyaları



Mənbə.Виноградова С.Н., Пичунова О.В. Коммерческая деятельность: Учебник.-Минск.: «Вышэйшая школа», 2015, 82 стр.

Məhz buna görə istehsal - kommertiya fəaliyyətini dövlət və ictimai idarəetmə baxımından milli qanunvericiliklər çərçivəsində təhlil etmək lazımdır.

İdarəetmə istiqamətində Azərbaycan Respublikası keçid iqtisadiyyatı olan ölkələr arasında axırıncı yerlərdən birini tutur. Dövlət və ictimai idarəetmə sahəsində islahat göstəriciləri Macarıstanda — 0,85, Estoniyada - 0,8, Rusiyada — 0,4, Gürcüstanda - 0,35 olduğu halda Azərbaycanda 0,1 -dən bir qədər çoxdur.

Buna bənzər vəziyyət qanunvericilik sahəsində də müşahidə olunur. Bu sahədə Polşada - 0,9, Litvada - 0,85, Rusiyada - 0,45, Gürcüstanda - 0,4 olduğu halda Azərbaycan Respublikasında bu göstərici - 0,3-dür.

Ona görə də Azərbaycan Respublikasında son 10 ildə bu sahədə intensiv islahatlar aparılmışdır, dövlət tərəfindən müxtəlif proqram və layihələr həyata keçirilmişdir.

2020-ci illərədək Azərbaycan Respublikasında ticarətin inkişafı üçün dövlət proqramının əsas vəzifələri aşağıdakılar müəyyən edilmişdir.

- ixrac potensialının artırılmasının təmin olunması və ixracın strukturunun təkmilləşdirilməsi.
- istehsal olunan məhsulun rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi;
- idxalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi.
- texnoloji innovasiyalar tətbiq olunması və qüdrətinin yüksəldilməsi daxili və xarici investisiyaların yüksək texnoloji sahələrə yönləndirilməsi;
- daxili bazarda sağlam rəqabət şəraitinin yaradılması və istehlakçılarının hüquqlarının qorunmasını təmin edilməsi;
- ticarət ictimai iaşə, qida və xidmət sahələrində qeydiyyat sisteminin yaradılması qeydiyyat sistemi.

İstehsal- kommertiya müəssisələrinin fəaliyyətində dövlətin qiymətlərin nizamlanması mühüm rol oynayır və kommertiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsində bu amil nəzərə alınmalıdır. Ona görə ki, heç bir kapitalist ölkəsində qiymətlərin müəyyən edilməsində tam sərbəstlik yoxdur .

Ölkədə qiymətlərin ümumi səviyyəsinə və sosial sektorun durumuna təsir edən sahələrdə dövlət tənzimləməsi daha təsirli olur. Belə qiymətlərə enerji resursları, dərman, poçt-teleqraf, telefon və dəmiryolu tarifləri, tədiyə, rüsum, maaş, vergi və s. cədvəlləri aiddir. Dövlət tənzimləməsi iqtisadiyyatın tarazlanmasını və makroiqtisadi sabitliyin və eləcə də xarici bazarlarda əmtənin rəqabət qabiliyyətini təmin edir.

Mal, məhsul, iş və xidmət qiymətlərin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi vergi qoyma və imtiyazlı borcların çevik sistemi, eləcə də ayrı-ayrı istehsalat və sahələrə bilavasitə dotasiya vasitəsilə həyata keçirilir.

Məsələn, ABŞ-da hazırda qiymətlərin 10%-ə yaxını nizamlanır. Kənd təsərrüfatı nazirliyi və digər dövlət orqanları kənd təsərrüfatı məhsulları, enerji daşıyıcıları və sosial yönümlü bəzi əmtəə və xidmətlərin qiymətlərini nizamlayır və onlara nəzarəti həyata keçirir.

Avropa İttifaqında kənd təsərrüfatı məhsulları eləcə də kömür, qara metallurgiya məhsulu, toxuculuq məmulatı, gəmiqayırma və minik avtomobilləri, proqramla idarə olunan dəzgahtar, elektronika, dərman və bir sıra digər əmtəə məhsulu qiymətləri fəal sürətdən nizamlanır .

70-ci illərin əvvəllərində Yaponiyada qiymətlərin fəal nizamlanması ilə antimonopol qanunvericiliyinə nəzarət kredit- vergi strateqiyasının işlənilməsi və həyata keçirilməsini təmin edən Dövlət İqtisadi Planlaşdırma İdarəsinin Qiymətlər Bürosu məşğul olurdu.

Ölkədə əsas qida məhsullarının qiymətləri parlament tərəfindən müəyyənləşdirilir və əkinçilik, meşəçilik, balıqçılıq Nazirlikləri tərəfindən qiymətlərə ciddi nəzarət edilir, dəmir yolu tarifləri Nəqliyyat Nazirliyi tərəfindən nizamlanır, su və istilik təchizatı, elektrik enerjisi və qaz tarifləri isə təbii ehtiyatlar və enerji Agentliyi tərəfindən nizamlanır [30, 120-121].

Beləliklə, hazırda inkişaf etmiş ölkələrdə dövlətin iqtisadiyyatın nizamlanması istiqamətində apardığı işlər içərisində yüksək texnologiya əsasında elm tutumlu ixrac məhsulu istehsalı və rəqabətə davamlı məhsullar istehsal edən

milli şirkətlərin təşviq tədbirləri xüsusi yer tutur. İstehsal - komməriya fəaliyyətinə qayğı kimi Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığa dövlət dəstəyi proqramlarının misal göstərmək olar. Sahibkarlığa dəstək fondu dövlət kreditləri vasitəsilə xüsusən regionlarda istehsal yönümlü müəssisələrin fəaliyyətinə böyük kömək göstərir .

1.3 İstehsal - komməriya müəssisələrinin təşkilinin əsas xüsusiyyətləri

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal - komməriya müəssisələrinin təşkilinin əsas xüsusiyyətlərinin araşdırılmasına ehtiyac vardır. Burada, hər şeydən əvvəl bir sıra iqtisadi kateqoriyalara aydınlıq gətirmək lazımdır. Baza iqtisadiyyat şəraitində bunlar istehsal - istehsal - komməriya proseduru (kommersant), sahibkarların gördüyü işlər, biznesmenin həyata keçirdiyi tədbirlər və başqa qrupların fəaliyyəti ilə əlaqədardır. Belə deyə bilərik ki, istehsal – komməriya müəssisələrinin fəaliyyətini səciyyələndirən əsas kateqoriyaların evolyusiyasını öyrənmək və onların əsas funksiyalarının , müəyyənləşdirilməsinə cəhd etmək lazımdır . Beləyanaşma tədqiq olunan problemə kompleks və sistemli yanaşma əlamətidir.

Hələ keçən əsrdə tanınmış iqtisadçı A.İ.V Çuprov bazar iqtisadiyyatının ayrı-ayrı elementlərini evolyusiyada nəzərdən keçirərək məsələnin çalışmış,və təhlil üçün bir sıra amilləri birləşdirmişdir [34; səh. 6].

Müasir tipli təsərrüfatda istehsal olunan məhsulun yalnız bir hissəsi onun öz daxilində əsasən kooperasiya yolu ilə digər müəssisələrdən tədarük edilir.

Tələbatların ödənilməsinin bu qaydası hazırda müasir cəmiyyətin bütün həyatına nüfuz etmişdir və fəaliyyətlərin bölgüsü kimi böyük bir prosesin nəticəsidir. Bir şəxsdə bir neçə məşğuliyyətin birləşdiyi ibtidai cəmiyyətdən fərqli olaraq müasir insan fikrini hər hansı bir işdə cəmləşdirir, çox vaxt isə bütün ömrünü işin bir kiçik əməliyyatına həsr edir.

Lakin müasir təsərrüfatda da məqsəd və vəzifələrin müxtəlifliyini müşahidə edirik , ayrı-ayrı təsərrüfatlarda üzrə tək-cə məşğuliyyətlər və istehsal edilən məhsul bölünmür, onların malik olduğu əmlak da müxtəlif mənşəlidir. Bir təsərrüfat öz

gəlirini torpaqdan, digəri - fabrik binaları və maşınlardan, və ya əmtəə ehtiyatından, faizli kağızlardan və ya kapitaldan, – nə birinci, nə də ikinciyə malik olmayanlar isə işçi qüvvə- sini icarəyə verməklə əldə edir.

Məşğuliyyətlərin və gəlir mənbələrinin belə ixtisaslaşması məhsulların bir təsərrüfatdan digərinə fasiləsiz miqrasiyasını qaçılmaz edir. Beləliklə, mal, məhsul, işçi qüvvəsi və kapital axınları müasir cəmiyyətin atributuna çevrilmişdir.

Bu axınları idarəetmək lazımdır, bunu isə logistika metodları ilə etmək mümkündür.

İstehsalat öz mahiyyəti etibarlı ilə bazara yönəldiyindən ticarət fəaliyyəti təklif və tələb arasında uyğunsuzluqlardan bacarıqla istifadəyə yönəlmişdir. Ticarətin gəlir mənbəyini isə bazardan bazara yerini dəyişən mal, məhsul və xidmətlərin arasındakı fərq təşkil edir.

Beləliklə İctimai təsərrüfatın xarakterinin evolyusiyası, xüsusən istehsalatın sənaye səviyyəsinə keçilməsilə maddi istehsal sahələri istehsal və istehsal - kommersion fəaliyyətinin daha üstün tətbiq sahəsinə çevrildi. İndi artıq daha cəlbedici bazar axtarışı deyil, tətbiq istehsal amillərinin daha rəşional kombinasiyasının axtarışı istehsal və istehsal – kommersion uğurunun vacib şərtinə çevrilmişdir. Başqa sözlə çoxşaxəli istehsal və istehsal-kommersion funksiyalarının da mürəkkəbləşməsinə gətirib çıxarmışdır. İstehsal və istehsal - kommersion funksiyaları daha müəssisə sahibinin monopoliyasından çıxarmışdır .

Postsənaye dövründə maddi fəaliyyətin səciyyəvi artımı, dinamiklik və istehsalın sosiallaşması yeni orientir və təsərrüfatçılıq üçünlükləri müəyyənləşdirmişdir. Dəyişən şəraitə çevik uyğunlaşmaq və ictimai istehsalın inkişaf perspektivlərini əvvəlcədən müəyyən edərək təsərrüfatçılıq şərtlərini dəyişmək qabiliyyəti indi daha vacibdir. İstehsal və istehsal - kommersion fəaliyyəti maliyyə və elm sahələrini daha geniş əhatə edir , burada onun innovasiya funksiyası kollektiv funksiyaya çevrilərək daha tam şəkildə açılmalıdır. Perspektiv üçün çalışan sahibkar heç də cari məqsədləri rəhbər tutmamalıdır . Göstərilən nəticəyə yalnız kollektivin birgə söylərindən istifadə etməklə nail olmaq olar . Bu

isə istehsal və istehsal və kommertiya prosesinə təşkilatın bütün iştirakçılarının cəlb edilməsini nəzərdə tutur.

Apardığımız araşdırmalar göstərir ki, istehsal və istehsal-kommertiya fəaliyyətində nəhəng miqdarda məhsul, əmtəə, mal, xidməti və s, mübadiləsi və s. mövcuddur. Məşhur alim P. Struve qeyd edirdi ki, bütünlükdə satış nəzəriyyəsi bir sıra tamamilə adi müddəalara gətirib çıxarır. Məhsul (əmtəə) həmişə digər məhsula dəyişdirilir. Əgər cəmiyyətdə tələb və təklif uyğunlaşdırsa yəni ayrı-ayrı mallara tələbata mütənasib məhsul istehsal olunmursa, həmin cəmiyyətdə məhsul artıqlığı olmayacaq, və deməli, əmtəə mübadiləsi normal həyata keçiriləcəkdir.

Başqa sözlə, məhsulun proporsional bölgüdə satış nəzəriyyəsi bir əmtəə kütləsinin digəri ilə əvəz olunması yolu mübadilə nəzəriyyəsidir. Həmin əmtəə kütləsinin və onun necə bölünməsinin istehsalda rolu, onların kapital kəsb edib-etməməsi və həmin kapitalın daimi, yaxud dəyişkən olmasının bu nəzəriyyənin mahiyyəti üçün qətiyyəən əhəmiyyəti yoxdur. Bu nəzəriyyəyə əsasən pul çoxsaylı əmtəə növlərindən biridir.

Məsələ ondadır ki, proporsional bölgüdə satış nəzəriyyəsi, Marksın göstərdiyi kimi, kapitalist təsərrüfatında, istehsal və istehlak arasında ona yad ahəngdarlıq bəxş edən apologetik burjua nəzəriyyəsidir.

Amma Marks heç bir vaxt iddia etməmişdir ki, kapitalist üsulu ilə istehsal edilən məhsullar həmişə tam həqiqi dəyərində realizə edilə bilər. Əksinə, onun bütün fikri belədir ki, məhsulun satışı kapitalist cəmiyyətində həmişə xroniki və kəskin maneələrlə üzləşir.

Kolumbiya universitetinin professoru C.B, Klark hələ 1934-cü ildə kommertiya fəaliyyətinin bazar elementləri haqqında qiymət, həm də bazar dəyəri kimi danışdı. [37, səh. 48-50] Qiymətləri normal qiymətlərə çevirən hərəkətlər, isə, ayrı-ayrı insanlar tərəfindən öz gəlir payının əldə edilməsinə yönəlmiş cəhdlərdir.

Qiymətlər o zaman normal səviyyədə olur ki, hər bir sahədə insanlar aldıkları əmək haqqı qədər də kapital istehsal edirlər. Normal qiymətlər bərabər insanlar əmək haqqı və bərabər faiz deməkdir. Adətən təbii qiymətin

müəyyənləşdirilməsi bu şəkildə səciyyələnir: bu elə bir qiymətdir ki, istehsalat xərclərinə uyğun gəlir. Bu konsepsiyaya müvafiq olaraq rəqabət qabiliyyəti məhsulun minimum qiymətini mədaxilin məxaricə bərabər olduğu nöqtəyə gətirməkdən ibarətdir.

Aydındır ki, məhsulun bazar dəyərinin müəyyənləşdirilməsi bölgü haqqında elmin çərçivəsində olmalıdır. Müxtəlif qruplar və ya xüsusi istehsal sahələri arasında baş verən bölgü cari bazar qiymətləri ilə müəyyən edilir. Lakin bazar qiymətləri müvəqqətidir. Müəyyən və daha sabit səviyyələrin ətrafında qalxıb-enirlər.

Keynsünaslığın sol lideri D.V. Robinson bazar iqtisadiyyatında istehsal və istehsal – kommersiya müəssisələrinin fəaliyyətinin ayrı-ayrı elementlərini firma çərçivəsində nəzərdən keçirmişdir. D.Robinson firmanın real fəaliyyət göstərən müəssisələrə oxşar bir müəssisə olduğunu xüsusi vurğulayır və digər müəssisələrdən fərqli olaraq firmanın bir məhsulun istehsalı üzrə ixtisaslaşdığını və hər şeydən əvvəl mənfəəti üstün tutduğunu qeyd edir.

Firmanın fəaliyyətinə rəhbərlik edən şəxsi sahibkar adlandıraraq. Uzunmüddətli fəaliyyət çərçivəsində sahibkar onun tələbatını ödəyən və işi davam etdirməyə kifayət edən gəlir əldə etməyə çalışır. Bu halda qiymətləndirmə istehsal edilən məhsulun miqdarından asılı olmur.

Burada ayrı-ayrı fərdlərin və müəyyən kollektivlərin fəaliyyətinin əhəmiyyətini qeyd etmək vacibdir.

Fərdi sahibkarlıq istehsal - kommersiya fəaliyyətinin ən sadə formasıdır.

Buna baxmayaraq, fərdi sahibkarlığının geniş yayılması təkcə təşkili və tərtibatı ilə deyil, həm də malik olduğu üstünlüklər - güclü motiv, operativlik və çevikliklə əlaqədardır.

Fərdi sahibkar və ya fərdi kommersant yüksək təşəbbüskarlıq fəaliyyəti üçün güclü stimula malikdir, çünki bütün gəlir ona məxsusdur. Fərdi sahibkarlıq idarəetmə fəaliyyətinə görə bilavasitə şəxsi gəlir gətirməklə yanaşı, cəmiyyətdə

onun müvqeyinin möhkəmlənməsinə də təsir göstərir. Bütün bunlar istehsal və ya istehsal - kommersiya fəaliyyətinə başlamaq üçün güclü stimül verir .

Fərdilik bazar tələblərinə daha yaxın olmağa imkan yaradır. Bilavasitə istehlakçılarla və tədarükçülərlə işləyərək, onlar bazar konyukturunu cüzi dəyişməsinə daha tez reaksiya verə bilirlər. Fərdi sahibkar az miqdarda istehsalı həyata keçirərək, onu tez bir zamanda rəqabət qabiliyyəti daha yüksək olan məhsulun istehsalına yönəldə bilir. Fərdi istehsal və istehsal - kommersiya fəaliyyətinin ən mühüm üstünlüklərindən biri - operativlik və çeviklikdir .

Bununla bərabər, fərdi sahibkarlığın bir sıra çatışmayan cəhətləri də vardır. Birincisi fərdi sahibkarın maliyyə imkanları məhdud olduğundan o, iri istehsal təşkil etməyə qadir deyildir. Onun istehsal miqyasından bütün mümkün qənaəti əldə etmək imkanı da məhduddur. Bütün bunlar daha yüksək istehsal xərclərinə gətirib çıxarır və müəssisənin rəqabət qabiliyyətini aşağı salır.

İkincisi bir şəxs tərəfindən müxtəlif idarəetmə, təchizat, maliyyə, marketinq və kadr funksiyalarının icra olunması bütünlükdə idrəetmənin səmərəliliyini həddindən artıq yüklənmə, həm də biliklərin çatışmamazlığı səbəbindən azaldır. Bu məsələlərin həllinə kənar şəxslərin və ya təşkilatların cəlb edilməsi isə sahibkar üçün arzu edilməzdir çünki, bu halda onun motivləri azalır və məsuliyyətin bölünməsi baş verir.

Buna görə də, fərdi sahibkar qarşısında duran resursların məhdudluğu və yüksək riskli problemləri aşağıdakı şəkildə qruplaşdırılması mümkün olan müxtəlif birliklərin təşkili vasitəsilə müəyyən dərəcədə dəf edilə bilər.

1.3.1 cədvəlində istehsal və istehsal - kommersiya müəssisələri fəaliyyətinin təşkilati formalarının əsas xarakteristikalar verilmişdir .

Bazar iqtisadiyyatında qiymət, tələb və təklif kimi amillərin qarşılıqlı təsiri kontekstində istehsal və istehsal - kommersiya müəssisələrinin fəaliyyəti və iqtisadi inkişaf problemi sahəsində məşhur alim D.R. Xiks çıxış edir. D.R. Xiks qeyd edir ki, bazarın tarazlıq vəziyyətində olması üçün yalnız tələblə təklifin bərabərliyini təmin edən səviyyədə qiymətlər müəyyən edilməlidir.

Əgər müəyyən qiymətlər dəsti verilmişsə, biz hər bir fərdin bazarda ən uyğun yerini müəyyən edə bilərik. Biz onun hansı miqdarda əmtəyə tələbatı olduğunu, eləcə də əvəzində təklif etmək üçün hansı miqdarda əmtəyə sahib olduğunu müəyyən etmək imkanı əldə edirik. Sonra sadə toplama üsulu ilə biz hər bir mal üçün tələb və təklif həcmi müəyyən edə bilərik.

Cədvəl 1.3.1

İstehsal və istehlak - kommertiya fəaliyyətinin təşkilatı formalarına xarakteristikası

Yaranma çətinliyi	Fərdi müəssisələrin sadə və asan yaranması, təşkilat və rəsmiləşdirmənin aşağı xərcləri	Tərəfdaşlıq fərdi müəssisədə olduğu kimi və əlavə olaraq iştirakçılar arasında müqavilə bağlanılır	Korporasiya Xüsusi qanunverici tənzimləmə ilə əlaqədar maddi xərclər və əhəmiyyətli səylər tələb edir.
Kapitalın hərəkətlik qabiliyyəti	Mülkiyyətçinin vəsaitlərinin ölçüsü məhduddur.	İştirakçıların vəsaitlərinin birləşdirilməsi yolu ilə kapital cəlb edilməsi imkanını yüksəldir.	Çox yüksəkdir, qiymətli kağızların emissiyası vasitəsilə tez bir zamanda kapitalı hərəkətə gətirə bilər.
Mülkiyyətçinin məsuliyyətinin miqyası	Mülkiyyət də daxil olmaqla bütün öhdəliklər üzrə tamdır	İştirakçıların mülkiyyəti daxil olmaqla tam bölünmüş, subsidiar.	Tutulan qiymətli kağızların dəyəri məhduddur.
Mülkiyyətçi tərəfindən nəzarətin səviyyəsi	Bütün fəaliyyət üzərində tam nəzarət mümkündür.	İştirakçılar arasında bölünür ki, bu da fikir ayrılığı mənbəyidir.	Səhmlərin tutulan hissəsinə uyğundur.
Mövcudluq dövrü	Sahibkarın həyat dövrü ilə məhdudlaşır.	Tərəfdaşlar arasında razılaşmanın şərtlərindən asılıdır.	Qeyri-məhdud, yalnız iflas halında dayandırılması mümkündür.
Vergiləmə	Şəxsi gəlir vergisinin ölçüsü üzrə olduğu kimi	Fərdi müəssisədə	İkiqat vergiləmə

Mənbə: Виноградова С.Н., Пичунова О.В. Коммерческая деятельность: Учебник.-Минск.: «Вышэйшая школа», 2015, 122 стр.

Əgər qiymətlər sistemi bütün mallar üçün tələb və təklifləri bərabərliyini təmin edirsə, tarazlıq vəziyyəti aydın görünür. Əks halda, ən azı bəzi malların qiymətləri qalxıb-enəcəklər [20;səh. 152-154].

XIX əsrin sonu və XX əsrin əvvəllərində iqtisadi nəzəriyyə sahəsində mühüm yer tutan ingilis iqtisadçısı A. Marşal belə qeyd edir: “Bizim çıxış mövqeyimiz belədir: biz ümumiləşmiş formada normal tələbi və normal təklifi öyrənirik; biz, iqtisadi elmlərin xüsusi sahələri üçün səciyyəvi olan aspektlərə əhəmiyyət vermir və diqqətimizi bütün elmə aid geniş münasibətlərə yönəldirik. Beləliklə, biz hesab edirik ki, tələb və təklifin gücü azad fəaliyyət göstərir, hər iki tərəfdə ticarətçilərin möh-əm birliyi mövcud deyil, onların hər biri sərbəst çıxış edir və azad rəqabət geniş şəkildə inkişaf edir, yəni alıcılar adətən heç bir maneə olmadan digər alıcılarla,satıcılar isə satıcılarla rəqabət aparılır . [31, 160]

II FƏSİL. LOGİSTİKA - İSTEHSAL-KOMMERSİYA MÜƏSSİSƏLƏRİNİN MÜASİR İDARƏ EDİLMƏ VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

2.1 Respublikamızda fəaliyyət göstərən istehsal-kommersiya müəssisələrinin müasir vəziyyəti

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində logistika - istehsal-kommersiya müəssisəsinin fəaliyyət göstərməsi xarici mühitlə, yəni satış bazarları və bütün növ ehtiyatlarla qarşılıqlı əlaqə nəticəsində mümkün olur. Müəssisənin kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilatı strukturu da əsas etibarilə sahibkarın-kommersantın strateji məqsədlərinin xarici mühitlə (alıcılar, malgöndərənlər, digər müəssisələr və s.) qarşılıqlı əlaqəsinə uyğun formalaşır. Məhsulun, əmtəənin, xidmətin keyfiyyətinə olan tələbat, normativ baza, vergi siyasəti, bir sıra digər xarici və daxili amillər daima dəyişdiyindən müəssisə miqyasında idarəetmənin təşkilatı formalarının yaradılması prosesi daimi (permanent) xarakter daşıyır. [16, 97] Bu baxımdan, əlahiddə şəkildə götürülmüş hər hansı bir istehsal müəssisəsinin səmərəli inkişafını təmin etmək üçün müəssisədə:

- Logistik hesablamalar əsasında səmərəli tədarük növü və satış kanallarının müəyyən edilməsi;
- Malgöndərən və müştərilərlə kommersiya əlaqələrinin təşkiii;
- Rəqiblərin fəaliyyətinin öyrənilməsi (bençmarketing);
- Kommersiya sahəsində gələcək fəaliyyət istiqamətlərinin (prioritetlərin) müəyyən edilməsi və s.

Müəssisə xammal bazarım, həmçinin istehsal təyinatlı məhsullar satan ayırı-ayrı müəssisələri daha ucuz maddi ehtiyatlar almaq imkanı əldə etmək məqsədilə öyrənir. O, maddi ehtiyatları qənaətlilik baxımından əsaslandırılmış hissələrlə almaq, böyük hissələrin alqışı zamanı güzəştlər əldə etmək üçün məlumat toplaya bilər. Müəssisə tərəfindən tədarük istiqamətində apanlan marketing tədqiqatlarına aşağıdakıları aid etmək olar;

1. Xammal və maddi ehtiyatlar bazasının öyrənilməsi. Bu, öz növbəsində

aşağıdakıları nəzərdə tutur;

a) Bazarın tədqiqi. Bazardakı potensial malgöndərənələr, maddi ehtiyatların siyahısı, istehlakçı üçün vacib olan materialların yeni hazırlanma texnologiyaları. xammalın, maddi ehtiyatların, yanacaqın, yarımfabrikatların qiymətləri haqqında məlumatların toplanması, sistemləşdirilməsi, emalı, təhlili və qiymətləndirilməsi;

b) Nəqliyyat şəraitinin öyrənilməsi. Buraya maddi ehtiyatların daşınmalarının dəyəri, yükləmə-boşaltma işlərinin mexanikləşdirilməsinin dəyəri və səviyyəsi, çatdırılmanın xüsusi şərtləri, xammal və maddi ehtiyatlar vahidinin satış qiyməti (gətirilmə xərcləri nəzərə alınmaqla) aiddir;

v) Aparılmış tədqiqatların nəticəsində əldə edilmiş məlumatın qorunması;

q) Dəqiq «təchizat strategiyasının hazırlanması. Xammal və maddi ehtiyatlar bazarının öyrənilməsinin nəticəsi olaraq müəssisənin təchizat strategiyası hazırlanır, daha doğrusu, digər strateji əhəmiyyətli məsələlərlə yanaşı, müəssisənin bu və ya digər materialları, detalları, dəstləşdirici məmulatları malgöndərənlərdən alacağı, yoxsa özü İstehsal edəcəyi məsələləri həll edilir. Bu zaman bazarın mövcud vəziyyəti, qiymətlərin səviyyəsi, müəssisənin özünün istehsal imkanları «təyinedici amil» [7, 192] rolunda çıxış edir;

2. Konkret malgöndərəninin öyrənilməsi. İstehsal müəssisəsi potensial malgöndərənləri tədqiq etməklə yanaşı, konkret malgöndərən müəssisənin ümumi sosial - iqtisadi vəziyyəti haqqında da mümkün olduğu qədər dəqiq və ətraflı məlumata malik olmalıdır. Malgöndərəninin sifarişlər portfeli haqqında toplanmış məlumat sifarişçi-müəssisə tərəfindən gələcəkdə güzəştli çatdırılma və hesablaşma şərtləri, həmçinin bir sıra endirimlər əldə etmək üçün istifadə oluna bilər.

İ.N.Qerçikovanın (Rusiya) bildirdiyi kimi, bu vəzifənin yerinə yetirilməsi üçün «...adətən müəssisənin marketinq şöbəsində hər bir malgöndərən üçün qovluq (roster) tərtib edilərək sertifikatlaşdırma aparılır və yeni sifarişlərin əldə edilməsi bu əməliyyatların nəticələrindən asılı olur». [7, 119] Sertifikatlaşdırmada malgöndərən

firmanın tələblərə uyğunluğu, yəni müasir texnologiyaların mövcudluğu, sifarişçi firmanın texniki və satış şöbələri tərəfindən bəyənilmiş idarəetmə sisteminin istifadəsi, məmulatların keyfiyyətinin yüksəldilməsi imkanları, keyfiyyətsiz məmulatların istehsalına gətirib çıxaracaq səbəblərin aradan qaldırılması və s. göstərilir.

İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində, xüsusilə ABŞ-ın istehsal müəssisələrində marketinqin geniş şəkildə istifadə edilməsi (hazırda bu ölkədə təsərrüfat sahəsi işçilərinin təxminən 25%-i marketinq tədqiqatlarının aparılmasına cəlb olunur [3, 133]), marketinq strategiyasının formalaşdırılması kommersiya fəaliyyətinə xüsusi yanaşma qaydasının əmələ gəlməsinə, satış işinin təşkili sahəsində əhəmiyyətli dəyişikliklərə səbəb olmuşdur. Araşdırmalara görə, müasir dövrdə ABŞ-da sənaye, ticarət və xidmət sahəsi şirkətlərinin 90%-i, Almaniya və Böyük Britaniyada isə müxtəlif sahələrə aid firma və şirkətlərin 75%-i müntəzəm olaraq bazar tədqiqatları aparırlar. [24, 137]

Müəssisələrin idarə olunmasının yüksək səviyyədə təşkili üçün, onların daxili və ya xarici bazara doğru istiqamətlənmiş konkret marketinq ideologiyası olmalıdır.

Deməli marketinq mahiyyət etibarını ilə həm də böyük biznesin rəqabət mübarizəsinin ən səmərəli alətidir və T.S.Şükürovun bildirdiyi kimi «...odur ki, marketinqin strategiya və taktikası bazarın müxtəlif vəziyyətinə uyğunlaşmalıdır.» [12, 31]

Hazırda bütün dünyada bir çox məhsullar üzrə təklif tələbi üstələdiyindən sənaye müəssisələri tərəfindən satış istiqamətində aparılan marketinq tədqiqatlarının əhatə dairəsi daha da genişlənmişdir. Bunlara aşağıdakıları aid etmək olar:

1. İstehsal olunan əmtəənin (məhsulun) öyrənilməsi - müəssisədə elə məhsullar istehsal olunmalıdır ki, onlar istehlakçıların tələbatını maksimal şəkildə ödəməli və yüksək mənfəət gətirməlidirlər;
2. Müəssisənin məhsulunun mövcud bazar tutumunun müəyyən

olunması - hər buraxılan məhsul növü üçün onun bazarda hansı paya malik ola biləcəyini müəyyən etməyə imkan verir;

3. Bazar konyukturunun analizi - müəssisəyə istehsal etdiyi məhsulları əlverişli qiymətə satmağa, məhsul istehsalının bazardakı tələb və təklifə uyğun təşkilinə imkan verir;

4. Rəqiblərin fəaliyyətlərinin analizi - onların istifadə etdikləri rəqabət mübarizəsinin xarakterik cəhətlərinə, iqtisadi artım templərinə, güclü və zəif tərəflərinə, elan olunmuş strategiyalarına görə qiymətləndirilmələrinə imkan yaradır. Bu, yaranmış vəziyyət və rəqib müəssisələrin gələcək, mümkün inkişaf istiqamətləri haqqında nəticələr çıxarılması üçün əsas rolunu oynayır. Müəssisənin real rəqabət qabiliyyətinin vəziyyətinin öyrənilməsi onun artım imkanları, alıcıların sayı, bazar üçün nəzərdə tutulmuş məhsulların əvəzedicilərinin mövcudluğu, bazara mümkün daxilolma haqqında məlumat almağa imkan verir;

5. Məhsul satışının (bölgü kanallarının) əsas növ və üsullarının müəyyən edilməsi - məhsul istehsalçısı istehlakçılar üçün yalnız malgöndərən rolunda çıxış etməli deyil, o, həm də satışın səmərəliliyinin təhlilini aparmalı, yeni satış formaları hazırlamalı və həyata keçirməlidir;

6. Satışın həvəsləndirilməsi sisteminin tədqiqinə müəssisə tərəfindən istehlakçıların onlarla alver etməsinə istiqamətlənmiş həvəsləndirmə tədbirlərinin, həmçinin müəssisənin məhsulunun satıcılarının və vasitəçilərin işinin səmərəliliyinin artırılmasına yönəldilmiş məqsədyönlü işin analizi aiddir. Əksər mənbələrdə bu, «tələbatın formalaşdırılması və satışın həvəsləndirilməsi» kimi qeyd olunur.

7. Reklam işinin həyata keçirilməsinə - müəssisənin məqsədinin, istehsal etdiyi məhsulun reklam proqramının, reklam kompaniyasının büdcəsinin planlaşdırılması və bu istiqamətdə həyata keçirilən işlərin tədqiqi daxildir. Öz xarakterinə görə reklam işinin tərkibinə daxil edilə biləcək tədbirlər də vardır ki, bunlara aşağıdakılar aid edilir:

a) Satışın himayə edilməsi. Buraya qısa müddət ərzində satışın

həvəsləndirilməsinə əlverişli imkan yaradan tədbirlər, yəni müxtəlif müsabiqələrin (oyunların) təşkili, güzəştlər edilməsi, pulsuz nümunələrin (və ya talonların, kuponların) paylanması, məhsulların qaytarılması imkanlarının yaradılması və s. aiddir.

b) İctimaiyyətlə iş - müəssisənin fəaliyyəti haqqında ictimaiyyət arasında yaxşı əhval-ruhiyyənin, müsbət imicin yaradılması tədbirləridir. Tədqiqatlara görə, bu istiqamətdə fəaliyyətin əslində «...qədimlərdən yarandığına və bəşəriyyətin bütün tarixi boyu onu müşayiət etdiyinə» [11, 63] baxmayaraq, ictimaiyyətlə iş anlayışı 1807-ci ildə ABŞ-da meydana gəlmiş «Public Relations» (ingilis dilindən tərcümədə «ictimaiyyətlə iş», «ictimaiyyətlə əlaqələr», «ictimai fikrin öyrənilməsi və formalaşdırılması») şəklində ifadə olunaraq qəbul edilmişdir.

İctimaiyyətlə işin reklamdən fərqi onunla izah oluna bilər ki, bu zaman başlıca olaraq aşağıdakı vasitələrdən istifadə edilir: mətbuatla, radio və televiziya ilə əlaqələrin, müəssisəyə ekskursiyaların təşkili, illik hesabatların dərc edilməsi, cəmiyyətlərin, klubların yaradılması və s. Ayrıca «Public Relations» şöbəsinin yaradılması yalnız bəzi iri müəssisələrdə mümkün olduğundan bir çox müəssisələr bu sahədə ixtisaslaşmış qurumlara müraciət etməyə üstünlük verirlər.

Əmtəə bazarmın kompleks və dolğun şəkildə öyrənilməsi əsasında məlumat aldıqdan sonra müəssisə buraxılan məhsulun siyahısını: (nomenklaturasını) planlaşdırmalıdır. Bu, gələcəkdə satılacaq hazır məhsulların əsaslandırılmış şəkildə seçilməsi, həmçinin onların bütün xüsusiyyətlərinin istehlakçıların tələbatlarına uyğunlaşdırılmasıdır. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, «...məhsulun satış bazarmın formalaşması, hələ əmtəənin satışa çıxarılmasından xeyli əvvəl baş verməlidir. Bu o deməkdir ki, müəssisə istehsal etdiyi məhsula lazımı tələbatın təmin edilməsi üçün əvvəlcədən bir sıra tədbirlər həyata keçirməlidir», [7, 125] Bu çətin və məsuliyyətli məsələdir, lakin nəzərə alınmalıdır ki, onun uğurla həll edilməsi istehlakçılarda müəssisənin əmtəələrinin uzun müddət alqışı üçün inandırıcı səbəblər yarada bilər. Marketingin idarə olunması dedikdə, müəssisədə müəyyən məqsədlərə, məsələn, mənfəət götürülməsinə, satış həcmının genişləndirilməsinə

və s. Nail olmaq üçün məqsədli alıcılarla əlverişli mübadilənin yaradılmasına, möhkəmləndirilməsinə və mühafizəsinə yönəldilmiş tədbirlərin təhlili, planlaşdırılması və yerinə yetirilməsi üzərində nəzarət başa düşülür.

İnşaf etmiş ölkələrin təcrübəsi də göstərir ki, müasir iri sənaye müəssisələrində marketinq fəaliyyəti istehsal bölmələrinin tərkibindəki (hər məhsul üzrə) marketinq şöbələri, bu şöbələrin işinin əlaqələndirilməsi isə müəssisənin «mərkəzi marketinq xidməti» tərəfindən həyata keçirilir. [12, 104]

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müvafiq bölgü kanalının seçilməsi, bu kanala daxil olan vasitəçi ticarət firmaları arasında əlaqələrin yaradılması və möhkəmləndirilməsinə görə ilk növbədə istehsalçı firmaların özləri məsuliyyət daşıdıqlarından [9, 172] onlar tərəfindən müasir satış üsul və formalarının, bölgü kanallarının düzgün seçilməsinə, həmçinin onların uğurlu şəkildə fəaliyyət göstərmələrinə xüsusi fikir verilməlidir. Yəni, təkə marketinq şöbəsini yaratmaqla iş bitmir, bu şöbənin uğurlu fəaliyyət göstərməsi üçün müəssisənin dəqiq, elmi cəhətdən əsaslandırılmış müvafiq strategiyası olmalıdır.

Bazar münasibətlərinin dinamikliyi sahibkarlardan müəssisə daxili planlaşdırma məsələlərinə daha çox diqqət ayırmağı tələb edir. Bu baxımdan müəssisənin istehsal-kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsində vacib əhəmiyyətə malik məsələlərdən biri də biznes-planının düzgün və yerinə yetiriləcək şəkildə tərtib edilməsidir. Kommersiya fəaliyyəti bazarı öyrənməklə bir tərəfdən biznes-planın hazırlanmasında, digər tərəfdən isə, onun həyata keçirilməsində (xammal və maddi ehtiyatların tədarükü, hazır məhsulun realizəsi) mühüm rol oynayır. Eyni zamanda, biznes-plan kommersiya fəaliyyətinin yerinə yetirilməsinə istiqamət verməklə, həm də alman nəticələr vasitəsilə bu sahədə həyata keçirilən tədbirlərin səviyyəsini əks etdirir, müəssisənin üstün və zəif cəhətlərini qiymətləndirməyə şərait yaradır. Biznes-plan sahibkar-kommersianta konkret dövr üçün xammal və maddi ehtiyatlar tədarükü və hazır məhsulun satışı istiqamətindəki fəaliyyətinin səmərəliliyini qiymətləndirməyə və gələcək dövr üçün daha düzgün qərar çıxara bilməyə imkan verir. Bu baxımdan biznes-plan

adətən 3-5 il üçün, bəzən isə, daha uzun dövr üçün nəzərdə tutulur. Lakin bəzi firmalar bazarın dinamikliyini, dəyişkənliyini əsas götürərək ümumiyyətlə biznes-plan tərtib eləmişlər. [14, 50]

Qeyd edək ki, təcrübədə çoxsaylı biznes-plan modellərinə rast gəlinir.[15, 14 İ.M.Sinyayevanın (Rusiya) bildirdiyi kimi, «„biznes-planın bütün firma və jüossisələr tərəfindən dəqiq reqlamentləşdirilmiş forma və strukturu mövcud deyil». [41, 413] Digər (məsələn, ticarət) müəssisələrdən fərqli olaraq istehsal müəssisəsi üçün tərtib edilən biznes-planda bazarın analizi, satışın planlaşdırılması ilə yanaşı, istehsal üçün zəruri xammalın əldə edilməsi ilə bağlı məsələlər də öz əksini tapmalıdır. Biznes-planın strukturu tərtib edilən müəssisənin böyüklüyündən, onun konkret dövr üçün qarşıya qoyduğu strateji məqsədindən, istehsal etdiyi məhsula bazarda olan tələb-təklifin vəziyyətindən və başqa amillərin təsirindən asılı olaraq dəyişə bilər. Biznes planda bazarın planlaşdırılması, bazar analizi, gələcək üçün bazarın dəyərləndirilməsi və mövcud rəqabət, satışın planlaşdırılması, müştərilərin strukturu, satış yolları, reklam və marketing tədbirləri haqqında məlumat, xammalın əldə edilməsi növləri, xammal ilə bağlı olan risk, xammal çatışmazlığını aradan qaldırmağa yönəlmiş alternativ həll yolları və s. əks olunur.

Son illərdə müəssisələrin maddi ehtiyatlarla təminatı məsələlərinə həm müəssisə rəhbərlərinin, idarə edicilərin, həm də elmi dairələrin marağının artması müşahidə edilir. Lakin müəssisənin maddi-texniki təminat sahəsindəki problemlərin analizi təchizat, istehsalın müxtəlif mərhələləri, satış kimi ayrı-ayrı fazalarda detallandırıldığından bütün təminat məsələlərini kompleks şəkildə əhatə edən «logistika»ya böyük ehtiyac yaranmışdır, [16, 191]

Logistik idarəetmə - məhsulun və onu istehsal və mübadilə sferasında müşayiət edən informasiya axınlarının müəssisə daxilində və müəssisədən kənarında hərəkətinin səmərəliliyinin təhlilinin nəzəriyyə və praktikasının məcmusudur.

Əsas istifadə istiqamətlərinə görə informasiya (kompüter), tədarük (təchizat), istehsal prosesləri, satış (bölgü), anbar, nəqliyyat, ehtiyatların logistikası, servis

xidməti logistikası və logistik idarəetmənin təşkili növləri məlumdur. İnformasiya, əslində bütün növ logistik əməliyyatların əsasında durur. Bu baxımdan, sənaye müəssisələrində istehsalın müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsinin başlıca şərtlərindən biri-müəssisənin tədarük, istehsal, nəqliyyat, anbar təsərrüfatı, bölgü (satış) və s. istiqamətindəki fəaliyyətini vahid şəkildə əlaqələndirən informasiya sisteminin təşkili və onun idarə edilməsidir. İctimai istehsalın müasir inkişaf səviyyəsi də təsdiq edir ki, informasiya (məlumat) firma və müəssisələrin rəqabətqabiliyyətliliyinin möhkəmləndirilməsi üçün geniş imkanlar yaradan müstəqil istehsal amilidir. Belə ki, informasiya logistikası logistik sistemin digər strukturları ilə sıx əlaqədə olmaqla həm müəssisə daxili informasiya axınlarının təşkili, həm də lazun olduqda müxtəlif müasir informasiya Ötürücüləri (məsələn, peyk rabitəsi) vasitəsilə logistik proseslərin bir-birindən kifayət qədər uzaqda yerləşən iştirakçıları arasında informasiya mübadiləsini nəzərdə tutur.

İnformasiya logistikası maddi axınları müşayiət edən məlumat axınlarını yaratmaqla, logistik informasiyanın ötürülməsi və emalının texniki və proqram təminatını həyata keçirən səmərəli informasiya sistemlərinin formalaşdırılması və idarə edilməsi ilə məşğul olur. İnformasiya logistikası müəssisənin fəaliyyətinin bazarın tələblərinə doğru istiqamətlənməklə istehsalın təşkilinin səmərəli sistemini yaratmağa imkan verir.

İstehsal müəssisələrində logistik zəncirin tədarük, istehsal, satış, nəqliyyat və s.kimi həlqələrinə onun özünəməxsus elementləri də daxildir ki, onlar da cəm halında logistik proseslərin həyata keçirilməsində əhəmiyyətli rol oynayırlar. Bunlara ixtisaslaşmış nəqliyyat vasitə və avadanlıqları, anbar təsərrüfatı, rabitə, hesablama texnikaları, idarəetmə vasitələri və işçilər də daxildir. H.Şmalen [35, 214] qeyd edir ki, müəssisədə «logistik zəncir» daxilində maddi axınların planlaşdırılması və heyata keçirilməsi müştəri və istehsalçı arasında satış şöbəsi, istehsalçı və malgöndərən arasında isə tədarük şöbəsi tərəfindən yerinə yetirilir.

Bununla bərabər, istehsalçılar istehsalın planlaşdırılması və operativ idarəetmə şöbəsi vasitəsilə müəssisə daxilində maddi və informasiya axınlarını

əlaqələndirirlər.

Son 20-25 ildə sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə ehtiyatların idarə edilməsi məsələlərinə aid çoxsaylı modellər, logistik sistemlər hazırlanmışdır. Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində ən geniş yaydan çevik logistik sistemlərdən «Dəqiq vaxtında» və «Kanban» sistemlərini göstərmək olar. Bu sistemlərdən hələ 70-ci illərdə Yaponiyada məhsul istehsalının təşkili metodu olan «Toyota» sisteminin («Toyota Motor Korporeyşn» konserni) həyata keçirilməsi üçün istifadə edilirdi və 1973-cü ildən başlayaraq bir sıra Yapon firmaları tərəfindən qəbul edilmişdir.

«Dəqiq vaxtında» adlanan logistik sistem isə ABŞ və Qərbi Avropa ölkələrində daha geniş yayılmışdır. Bu sistemin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, burada əsas diqqət hazır məhsul ehtiyatlarının realizəsinə yönəldilir. Ənənəvi idarəetmə üsullarından fərqli olaraq, «dəqiq vaxtında» üsulunda mərkəzləşdirilmiş planlaşdırma yalnız logistik zəncirin axırncı həlqəsinə, yəni hazır məhsul anbanna şamil edilir, nəticədə müəssisədə ehtiyat hissələrinin saxlanmasına ehtiyac qalmır və anbar ehtiyatları, binalar ləğv edilərək kapital dövriyyəsi sürətlənir. Digər istehsal və təchizat vahidləri isə bilavasitə logistik zəncirin axınct həlqəsinə daha yaxın olan növbəti həlqədən göstərişlər alırlar.

«Kanban» sisteminin mahiyyəti ilkin maddi ehtiyatların kəmiyyətə istehsal prosesinin ilkin mərhələsinin tələbatına uyğun gəlməsi ilə əlaqədardır. Bu sistemdən istifadə edilməklə ardıcıl və vaxtında həyata keçirilən çatdırmalar müəssisənin əməliyyat xərclərini azaltmaqla tələb olunan ehtiyat səviyyəsini azaltmağa icazə verir. Hazır məhsulun anbarlara yerləşdirilməsinə gəldikdə isə, onun həcmi istehsal prosesindəki hər bir əməliyyatın yerinə yetirilmə vaxtının qısaldılması hesabına azaldılır, 80-ci illərdən başlayaraq «Kanban» sistemindən istifadə Almaniyanın istehsal müəssisələrində daha geniş şəkil almağa başladı.[10, 78]

İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində logistikanın bir elm sahəsi kimi əhəmiyyəti daha yaxşı dərk edilir. Logistikanın sənaye istehsalında daha fəal şəkildə istifadə edilməsi nəticəsində onun elm sahəsi kimi metodologiyası, nəzəri

əsasları inkişaf etməkdədir, bir çox ölkələrdə logistik cəmiyyətlər, firma və assosiasiyalar yaradılmışdır. Hazırda Avropada «Avropa logistika assosiasiyası», ABŞ-da isə «Mühəndis-logistlər cəmiyyəti» fəaliyyət göstərir. [18, 21] Keçmiş SSRİ-də 1991-ci ildə yaradılmış «Ümumittifaq logistika assosiasiyasının əsasında 1993-cü ildə Rusiyada «Logistik tədqiqatlar fondu» təşkil edilmişdir.

Bir çox istehsal müəssisələrində yaradılmaqda olan logistika şöbələri mövcud analitik, statistik xidmətləri, həmçinin xarici ölkələrə məhsul satışı ilə məşğul olan müəssisələrdə gömrük şöbələrini özündə birləşdirir. Logistika şöbəsi müəssisəyə adı çəkilən bu şöbələrin hər birinin ayrılıqda verdiyi xeyirdən çox xeyir gətirmək imkanına malikdir, çünki onun imkanları planlaşdırma, analiz və s.-dən daha genişdir. Təsadüfi deyil kİ, Q.L.Baqiyev və digərləri Almaniyada iqtisadiyyatın sahələrindən asılı olaraq müəssisələrdə logistikaya çəkilən xərclərin həcmnin ümumi dövriyyənin 10-30%-ini təşkil etdiyini qeyd edirlər.[11,101]

İstehsal müəssisələrində həyata keçirilən logistik funksiyalar tələb və məhsul təklifinin uzlaşdırılması ilə sıx surətdə əlaqədardır və bir sıra rus alimlərinin bildirdikləri kimi, «...marketinq tələbi formalaşdırır, logistika isə onu reallaşdırır» formulu müasir dövrdə daha ciddi qəbul edilməlidir.[17, 21] Logistika istehlakçını, nəqliyyatı və malgöndərəni vahid bir texnoloji sistemdə birləşdirməklə əslində marketinqi tamamlayır və inkişaf etdirir. Qeyd edək ki, son illərin tədqiqatlarında da sənaye müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsinin başlıca vacib cəhətləri kimi «marketinq xidmətinin yaradılması» və «logistika idarəetməsinin tətbiqi» göstərilir. [11, 170] Başqa sözlə, belə bir nəticəni doğru hesab etmək olar ki, istehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyəti sahəsində nəzərdə tutulan vəzifələrin səmərəli şəkildə yerinə yetirilməsinə onun marketinq və logistika ilə əlaqəli şəkildə həyata keçirilməsi vasitəsilə nail olmaq mümkündür.

2.2 İstehsal-kommersiya müəssisələrinin mövcud vəziyyətinin təhlili

Müasir dövrdə «kommersiya təşkilatı» dedikdə, öz fəaliyyətindən gəlir götürmək üçün yaradılan hüquqi şəxs başa düşülür. Bir çox hüquqi şəxslər

sonradan alqı-satqı prosesləri vasitəsilə mənfəət əldə etmək üçün kommərsiya fəaliyyəti çərçivəsində bir sıra işlərin (istehsal, inşaat, sormayədarlıq və s.) həyata keçirilməsi ilə məşğul olurlar. Məsələn, Estoniya Respublikasının Kommərsiya Məcəlləsində (Maddə 1.) sahibkar dedikdə əsas fəaliyyət növü məhsul satışı və xidmətlər göstərilməsi olan fiziki şəxslər və «kommərsiya yoldaşlıqları» başa düşülür.[12, 96]

Təsadüfi deyil ki, bir çox mənbələrdə ticarət, alqı-satqı, ticarət-vasitəçilik, əmtəə birjası kommərsiyanın (kommərsiya sahibkarlığının) tərkib hissəsi kimi göstərilməkdədir. [9, 114]

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommərsiya istehsal ilə məşğul olan sahibkarlıq subyektlərinin də əsas fəaliyyət istiqamətlərindən biri olduğundan müəssisə-sahibkar ümumi (həm alıcı və həm də satıcı) funksiyalı kommərstant hesab edilə bilər. Belə bir nəticəyə gəlirik ki, *kommərsiya - müəssisənin tədarük (istehsal) və satış fəaliyyətini həyata keçirmək üçün hüquqi normalar çərçivəsində daxili və xarici bazarlarda apardığı bütün işlərinin məcmusudur.*

Belə hesab edirik ki, *kommərstant dedikdə, mənfəət əldə etmək məqsədi ilə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində kommərsiya işinin səmərəli təşkili və idarə olunması variantlarını təhlil edərək ən optimal variant seçən, lazım gəldikdə isə onu iqtisadi cəhətdən əsaslandırma bilən mütəxəssis başa düşülməlidir.*

Bütün dövrlərdə cəmiyyətin vahid tam iqtisadi mexanizminin formalaşması bazarın bütün subyektlərinin mövcudluğu və qarşılıqlı əlaqəsini zəruri etmişdir. İstehsalda bu və ya digər ictimai təlabatların təmin olunması üçün lazım olan maddi rifah və müxtəlif xidmətlər yaradıldığından, habelə ekvivalent bazar mübadiləsi yalnız əmtəə və xidmətlərinin mövcudluğu halında mümkün olduğu üçün istehsal münasibətlərinin başlıca təşkilatı subyekt kimi sənaye müəssisəsi xalq təsərrüfatının formalaşması və inkişafında böyük əhəmiyyətə malikdir.

Bazarla qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələrinin formalaşması və inkişafında alqı-satqı proseslərinin bu qədər mühüm əhəmiyyət kəsb etməsi istehsal müəssisələrində kommərsiya fəaliyyətinin xüsusiyyətlərinin daha geniş tədqiqini zərurətə çevirir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommertiya fəaliyyəti sənaye müəssisələrinin təsərrüfat fəaliyyətinin ayrılmaz, zəruri hissəsi *olub, dəyər formalarının dəyişməsi ilə bağlı alqı-satqı proseslərini əhatə edir və son nəticədə təkrar istehsalın uğurla haşa çatdırılmasına xidmət edir.*

Burada belə bir prinsipial məsələyə diqqət yetirilməlidir ki, əgər ayrı-ayrı şəxslər lazımi xammal və materiallar əldə etməklə xüsusi istifadə üçün əmtəələrin istehsalı ilə məşğul olurlarsa, onlar sadəcə olaraq istehlakçı sayılırlar. Lakin əgər resurslar cəlb etməklə onun üçün zəruri olan tələbatdan artıq və öz dəyərinə görə istifadə edilən resurslardan yüksəkdə duran məhsul istehsal olunaraq, mübadilə edilir və ya satılırsa, yalnız onda bu fəaliyyət növü kommertiya hesab edilir.[14, 115]

Başqa sözlə, maddi istehsal dairəsinə aid olan her bir istehsalçı (zavod, fabrik və ia.) müəssisə kommertiya (alqı-satqı) əməliyyatları vasitəsilə həm satıcı, həm də alıcı rolunda çıxış etməklə malgöndərənlər və istehlakçılar vasitəsilə bazarla münasibətdə ikitərəfli əlaqə qurur. Beləliklə, istehsal müəssisəsi tərəfindən həyata keçirilən kommertiya fəaliyyəti müəssisənin xarici mühitlə, yəni bazar subyektləri ilə mövcud olan əlaqələrinin əsasında durur.

İqtisadi ədəbiyyatlarda bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal müəssisəsində ticarət-kommertiya çərçivəsində baş verən proses və əməliyyatların iki növü qeyd edilir. Bunlara xalis kommertiya (və ya ticarət - dəyər formasının dəyişməsi ilə əlaqədar alqı-satqı prosesləri) və istehsal (və ya texnoloji - əmtəə tədavülü sahəsində sənaye istehsalının davamı, yəni hazır məhsul ehtiyatlarının idarə olunması, saxlanması, satışdan əvvəl və sonrakı xidmət, istehlakçılara çatdırılması və.s.) əməliyyatları aiddir. [25, 65]

Yuxarıda göstərilən funksiyalarla yanaşı, alqı-satqı əməliyyatlarının normal aparılması üçün vacib olan əlavə, daha doğrusu, aralıq kommertiya xidmətləri - [inetisula olan alıcı tələbatının öyrənilməsi, satıcılarla alıcılar arasında kommertiya İlaqələrinin təşkili, tərəf müqabillərinin seçimi və sazişlərin bağlanması, reklam işinin təşkili, alıcılardan sifarişlərin qəbulu, məhsulların istehlakçılara çatdırılması,

çatdırılma zamanı məhsulların sığortalanması və s. də mövcuddur.

Hazırda istehsal müəssisəsində kommertiya fəaliyyəti istiqamətində həyata keçirilən funksiyaların strukturu aşağıdakı kimi təqdim olunur. (Şəkil 2.1.)

Şəkil 2.1. İstehsal müəssisəsində kommertiya fəaliyyəti istiqamətində həyata keçirilən funksiyaların strukturu.

Növünə görə Xarakterinə görə Roluna görə	Tədarük (maddi-texniki təchizat) istiqamətində		Satış istiqamətində	
	Kommertiya xarakterli	Texnoloji xarakterli	Kommertiya xarakterli	Texnoloji xarakterli
Əsas	1. Alqı 2. İcarə	1. Çatdırılma 2. Saxlanma	1. Satqı 2. İcarə	1. Saxlanma 2. Bölgü 3. Çatdırılma
Köməkçi	1. Marketing 2. Bağlanmış sazişlərin hüquqi tnuşaiyyəti	İstehsai prosesinə hazırlıq	1. Marketing 2. Bağlanmış sazişlərin hüquqi müşaiyyəti	Satışdan əvvəl və sonrakı hazırlıq və xidmət

Мәnbә. Большая Советская Энциклопедия, т. 22. Второе издание. Москва, Государственное научное издательство «Большая Советская Энциклопедия», 2013. стр. 169.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sənaye müəssisəsinin kommertiya fəaliyyətinin vəzifəsinə başlıca olaraq aşağıdakılar daxil edilməlidir:

1. Bazarın öyrənilməsi;
2. Müəssisə tərəfindən xammal, maddi ehtiyatlar, avadanlıqların tədarükü;
3. Hazır məhsulun realizə edilməsinin (satışının) təşkili;
4. Kommertiya proseslərinin idarə edilməsi.

Kommertiya fəaliyyətinin qarşısında qoyulan bu vəzifələrə nail olunması üçün aşağıdakı prinsiplərin nəzərə alınması zəruridir:[11, 18-19]

- Müasir dövrdə kommertiya fəaliyyətinin uğurla həyata keçirilməsi üçün müəssisə tərəfindən daima marketing tədqiqatları həyata keçirilməlidir;

- Kommertiya fəaliyyəti çevik olmalı, bazarın həmişə dəyişməkdə olan tələblərini nəzərə almağa doğru istiqamətlənməlidir;

• Müxtəlif səbəblərdən yarana bilən kommersiya risklərini əvvəlcədən görməyi bacarmaq lazımdır;

• Alqı-satqı sövdələşmələrinin nəticəsi olaraq qəbul edilmiş öhdəliklərin yerinə yetirilməsinə yüksək nəzarət həyata keçirilməlidir;

• Son nəticəyə, yəni müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin nəticəsi olaraq mənfəət əldə edilməsinə doğru istiqamətlənmək lazımdır;

• Kommersiya fəaliyyətində prioritetlər müəyyən edilməlidir;

• Şəxsi təşəbbüskarlığın üzə çıxarılmasına diqqət yetirilməlidir və s.

Sənaye müəssisələrində nəzərdə tutulan istehsal prosesinin normal, ardıcıl şəkildə həyata keçirilməsi üçün ilk növbədə, onlar maddi ehtiyatlarla zəruri miqdar, keyfiyyət və çeşiddə təmin olunmalıdırlar. Bunun üçün sənaye müəssisəsi müstəqilşəkildə istehsal üçün zəruri olan xammal və maddi ehtiyatları mal göndərənə əmtəə bazarının digər subyektlərindən satın alır. Müəssisənin tədarük istiqamətində həyata keçirilən fəaliyyətini qiymət, keyfiyyət, zaman və digər amillər də nəzərə alınmaqla ümumi şəkildə aşağıdakı kimi təsvir etmək olar:[14, , 123]

➤ Xammal və materiallara olan tələbin müəyyən edilməsi;

➤ Mümkün (mövcud və potensial) malgöndərənlər siyahısının dəqiqləşdirilməsi;

➤ Daha əlverişli malgöndərən (təchizatçı təşkilatın) seçilməsi;

➤ Seçilmiş malgöndərənə danışıqların aparılması;

➤ Müqavilənin bağlanması;

➤ Malgöndərənə alıcının tədarük prosesindəki qarşılıqlı fəaliyyəti;

➤ Xammal və materiallara olan tələbin ödənilməsi.

Araşdırmalar göstərmişdir ki, bir çox hallarda müəssisə rəhbərliyi tərəfindən malgöndərən işinin qiymətləndirilməsi və gələcəkdə ona yenidən müraciət edilib-edilməməsi haqqındakı qərarın qəbulu da tədarük prosesinə aid edilir.

L.V.Osipova (Rusiya) müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisənin tədarük fəaliyyətinin həyata keçirilməsi zamanı əsasən xarici mühit (istehlakçılar

və rəqiblər) amillərini önə çəkərək bu prosesin aşağıdakı ardıcılıqla həyata keçirilməsinin daha məqsədəuyğun olduğunu qeyd edir:[11,16]

- Xammal və materiallar bazarının öyrənilməsi və malgöndərənlə kommersiya əlaqələrinin təşkil edilməsi;

- Maddi ehtiyatların tədarük planının tərtib olunması;

- ◆ Maddi ehtiyatların tədarükünün təşkili;

- ◆ İstehsal (hazırlama) sahəsinin dəyər təhlili.

İstehsal müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinə daxil olan satış işinin əhəmiyyətini de xüsusi olaraq qeyd etmək vacibdir. İlk baxışdan bəsit bir fəaliyyət sahəsi kimi təsəvvür edilən satış işi əslində kifayət qədər mürəkkəb və çoxtərəfli bir prosesdir. ***Satış - müəssisənin qarşısına qoyulan strateji məqsədlərə çatmaq, məhsulların pula çevrilməsi, həmçinin istehlakçıların zövq və tələbatlarının aşkar edilərək ödənilməsi üçün hazır məhsulun realizəsi prosesidir.*** Müəssisə ancaq məhsulu satmaqla və mənfəət əldə etməklə son məqsədə nail olur, yəni istifadə olunmuş kapital yenidən öz dövriyyəsinə başlaya biləcəyi pul formasını qəbul edir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sənaye müəssisəsinin satış istiqamətindəki kommersiya fəaliyyətinə aşağıdakılar daxil edilir:

- Alıcılarla alqı-satqı müqavilələrinin bağlanması ilə yekunlaşan kommersiya əlaqələrinin yaradılması;

- Satış proqramının hazırlanması;

- Məhsulların göndərilməsi cədvəllərinin tərtib edilməsi və müqavilədə nəzərdə tutulduğu halda onların alıcılara çatdırılması üçün yüklənməsi;

- Satılmış məhsula görə alıcılarla hesablaşmaların aparılması;

- Alıcılarla hesablaşmalara, onların ödəmə qabiliyyətliliyinə nəzarət edilməsi.

Müəssisədə satış istiqamətində həyata keçirilən işin mühüm tərkib hissəsi - hazır məhsulun sexlərdən qəbulu və yüklənərək alıcılara göndərilməsi mərhələsi əksər hallarda operativ-satış fəaliyyəti adlandırılır. Lakin hər bir müəssisənin

operativ-satış fəaliyyətinin buraxılan məhsulun təyinatı, satışın idarə edilməsinin strukturu, müəssisənin sahəvi xüsusiyyətləri və s. ilə bağlı özünəməxsus cəhətləri mövcuddur.

Bu baxımdan, yüngül sənaye müəssisəsinin operativ-satış fəaliyyəti - hazır məhsulun alıcılara çatdırılması plan-qrafiklərin hazırlanması, məhsulun sexlərdən qəbul edilərək göndərilməsinə hazırlıq, alıcılara göndərilmənin təşkili, göndərilmə ilə bağlı sənədlərin tərtib edilməsi, alıcıların sifarişlərinin yerinə yetirilməsinə, onların ödəmə qabiliyyətli olmalarına nəzarət, həmçinin müəssisənin nəqliyyat vasitələrinə olan tələbatının müəyyən edilməsini də nəzərdə tutur.

Mal göndərişləri üzrə vəzifə və öhdəliklərin dəqiq, vaxtında və tam şəkildə yerinə yetirilməsi üçün müəssisə rəhbərliyi tərəfindən satış istiqamətindəki fəaliyyət haqqında dəqiq məlumat əldə edilməli, təsərrüfat şəraitindəki dəyişikliklər, müxtəlif xarici və daxili amillərin satış fəaliyyətinə olan təsiri də daima nəzərə alınmalıdır.(8, 45)

Bazar iqtisadiyatı şəraitində sənaye müəssisəsinin kommersiya fəaliyyətinin əsas məqsədi yüksək mənfəət əldə etməkdir və onu kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyini xarakterizə edən ən başlıca amil hesab etmək olar. Yüksək mənfəət əldə etməsinə səbəb ola bilən kommersiya xarakterli amillərə isə əsas etibar ilə aşağıdakıları aid etmək olar:

- *Məhsul satışının həcmnin yüksək olması;
- Xammal və materialların ən az xərclərlə tədarükünə nail olunması.

Satışın həcmi müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin digər göstəricilərini (gəlirlərin, mənfəətin həcmi, rentabelliğin səviyyəsi və s.), habelə onun gələcək fəaliyyət istiqamətlərini müəyyən edir. Sənaye müəssisəsi üçün istehsal edilmiş məhsulun satışı son dərəcə zəruridir və bu istiqamətdə fəaliyyətini düzgün şəkildə qurmağa nail olan sənaye müəssisələri eyni şərtlər daxilində fəaliyyət göstərən digər müəssisələrlə rəqabət mübarizəsində nisbətən böyük üstünlüyə malik olurlar. Müəssisələrdə hazır məhsulun satışının təşkilinə həmişə ciddi əhəmiyyət verilir.

İstehsal müəssisələrində kommərsiya fəaliyyətinin səmərəliliyini xarakterizə edən əsas amillərdən biri də müəssisənin xammal və materiallarla ən az xərclərlə tədarükünə nail olunmasıdır. Yüksək mənfəət əldə etmək üçün istehsal olunan məhsulun keyfiyyətini aşağı salmadan tədarük xərclərinin (satınalma qiymətlərinin, nəqliyyat xərclərinin və s.) azaldılması müəssisənin tədarük istiqamətindəki kommərsiya işinin yaxşı səviyyədə olduğunu sübut edir.

Kommərsiya fəaliyyətinin səmərəlilik göstəriciləri dedikdə, birinci növbədə nəzərə alınmalıdır ki, kommərsiya fəaliyyəti özündə tədarük və satış fəaliyyətini birləşdirir və bu iki fərqli fəaliyyət istiqamətlərini eyni bir göstərici əsasında qiymətləndirmək mümkün deyil. Doğrudur, *kommərsiya fəaliyyətinin təhlükəsizliyi* adlanan göstərici mövcuddur. Lakin bu göstərici ümumi mənfəətin sərhədləri daxilində satışın həcmi və satışdan əldə edilən gəlirin azaldıla bilən məbləği ilə tənzimlənir.

2.3 Logistika səmərəli idarəetmə aləti kimi

Logistik idarəetmə metodlarından geniş istifadə edən firma və şirkətlər material axınlarının idarə edilməsi 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 istehlakçıların istifadə etdikləri metod və üsullar, xüsusilə qiymət faktoru ilə əlaqədardır. İkincisi isə, hazır məhsulların reallaşdırılması zamanı meydana çıxan problemlərlə-xüsusi satış şəbəkəsinin olmaması, satış şəbəkələri olduğu halda onların saxlanması çəkilən xərclərin yüksək olması, bu şəbəkələrdə məhsulların reallaşdırılması imkanlarının məhdudluğu, məhsulların bazar tələbinə tam cavab verməməsi, keyfiyyətin aşağı olması və s. ilə bağlıdır. Bu səbəbdən

də istehsal ilə məşğul olan şəxs firma və şirkətlər bu nəzəriyyə ilə bağlı dövrü mətbuat, xüsusi tədqiqat, elmi konfrans materiallarından kifayət qədər bəhrələnməklə hazır məhsul axınlarının çoxsaylı bölüşdürücü şəbəkələrdə hərəkətinin fiziki bölüşdürülməsi və onun idarəedilməsini həyata keçirirdilər.

Ən birinci olaraq logistikanın təcrübi nöqteyi-nəzərdən sahib olduğu imkanları Amerikanın ən yaxşı ixtisaslaşmış şəxsləri olan Rol Konvers və Piler Drakir «çəkilən xərclərin azaldılmasında ən son prosedur» və «iqtisadiyyat sahəsində naməlum materik» olaraq qiymətləndirmişlər [42, 62]. Nəzəriyyə irəli sürənlərin bəzisi logistikanın potensialına bu nöqteyi-nəzərdən yanaşmanı mükəmməl durum olaraq qiymətləndirməklə onun sahəsini daha da böyütdülər. Nəticədə, M.Porter, D.Stok və digər amerikalı araşdırmaçılar belə düşünürlər ki, ənənəvi ki, çox zəif təyinatə sahib olan logistika öz sərhədlərini keçir və firmaların əhəmiyyətli şəkildə fəaliyyəti və sxematikləşdirilməsi üçün daha çox stratejilik göstərir [13,63].

Logistikanın bu geniş təyinatı ilə razılaşan E.Mate və D.Tikse kimi fransız mütəxəssisləri də göstərirdilər ki, logistika «firmanın özünün işgüzar əməkdaşları ilə iqtisadi münasibətlərin əlaqələndirilməsi vasitəsi və metodu, bazar tərəfindən irəli sürülən tələblə firmaların verdiyi təkliflərin koordinasiya vasitəsi, firmanın istifadə etdiyi maliyyə və material resurslarının optimallaşdırılması üçün məhsul istehsal edən və xidmət göstərən ayrı-ayrı təsərrüfat bölmələrinin birgə fəaliyyətini təmin edən, müəssisənin fəaliyyətinin təşkili üsulu» kimi başa düşülməlidir [18, 121]. Qeyd edilənlərlə həmfikir olan ingilis alimləri D.Venson və D.Uaytxed bir qədər də irəli gedərək göstərdilər ki, logistika bütün bunlarla yanaşı, bazarın tədqiqi və proqnozlaşdırılması, istehsalın, xammal və materillərin tədarükünün planlaşdırılması, maliyyə idarəsi ilə bağlı bir sıra ardıcıl əməliyyatların və istehlakçılara göstərilən xidmətlərin tədqiqini də əhatə edir [17, 145].

Başqa ölkələrin mütəxəssislərinin logistika sahəsinə verdikləri təyinatdan bu cür nəticə çıxarmaq olar ki, logistikanın yalnız firma dərəcəsində yox, eyni zamanda sektor ölçüsündə həyata keçirilməsi çox böyük iqtisadi nəticələr göstərir.

ABŞ-ın mütəxəssis - logistika heyətinə əsasən: «logistika - firmanın ali məqsədi naminə təchizatın planlaşdırılmasının əsas götürən texnoloji aktivlik və idarəetmə elmidir» [19,71]. ABŞ-ın Sənayedə Sahibkarlıq Assosiasiyasının logistika anlayışına birtərəfli (təkcə optimallaşdırma nöqtəyi-nəzərdən) baxsa da, bunu «təminat axınlarının ən yüksək səviyyədə idarəedilməsi əsasında problemlərin çözülməsinə qrup şəklində yanaşma» olaraq anlaşıdır.

R.Qize logistika termininə nəzər salarkən bir cür yetəri qədər milli formulam qoruyur: «Logistika təminatının mənbəyindən son istehlak mövqələrinə kimi ümumi idarə olunması qabiliyyətidir» [19, 39]. Sözügedən termin elmi və təcrübi işçilər hesabına iqtisadiyyat sahəsində 30 ildən çox zamandır ki, fəal tətbiq olunur, X.Krampe logistika elmini «yaxşı təsirlilik məqsədilə şirkətin məhdudiyətləri əhatəsində və iqtisadiyyatın sektorlarında sirkulyasiya edən təminat axınlarının sxematikləşdirilməsi, həyata keçirilməsi və idarə olunması əsasında görülən işlər toplusu» olaraq müəyyən edir [14, 185]. Y.Merqans və V.Xofman logistikam «istehlakçıların tələbatlarının əhatəli formada ödənilməsi məqsədilə təminat vəsaitlərinin istehsal mövqələrindən istehlak mövqələrinə kimi yararlı və səmərəli fəaliyyətinin planlaşdırılması, idarə olunması və monitorinqi əməliyyatıdır» kimi qiymətləndirirlər [15, 86].

Avstriyanın Məhsuldarlıq və qonaətcilik mərkəzinin «Tədarükat və maddi təsərrüfat» işçi qrupu qeyd edir ki, logistika «... firma və şirkətlərin material və bununla əlaqədar informasiya axınlarının planlaşdırılması, idarəedilməsi, habelə onlara nəzarətin həyata keçirilməsi üzrə əsas funksiyadır. Bununla yanaşı bu funksiya xammal və materialların alınması, onlardan məhsul istehsalı və satış üzrə fəaliyyətlərin qapalı sistemini özündə birləşdirir» [14, 85].

Rus alimi Proçenko D.T. fikrincə, göstərilən təyinatın çatışmayan cəhəti ondan ibarətdir ki, konkret idarəetmə obyektlərinin olmasına baxmayaraq bu obyektləri idarədən orqanlar qeyri-müəyyənliyə malikdir, Bu da, öz növbəsində idarəetmə sisteminin quruluşu (strukturu) haqqında aydın və dəqiq təsəvvürün yaranmasını çətinləşdirir. Verilən təyinatda diqqəti cəb edən digər məqam isə

«qapalı sistemi özündə birləşdirir» ifadəsinin qeyri səlistliyidir. Çünki, bu ifadə idarəetmə sisteminin özünü deyil, idarəetmə sistemində yerinə yetirilən əməliyyatları xarakterizə edir [17, 147].

Təbii ki, belə yanaşma və ya onun belə şərh edilməsi fikrimizcə doğru deyil. Doğrudan da material, maliyyə və onlara bərabər tutulan informasiya axınlarının idarəedilməsi üzrə konkret idarəetmə orqanının tələb olunması təbii ki, inzibati amirlik dövrünün simptomlarından xəbər verir. Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində material axınlarının hərəkətinə makrosəviyyədə heç bir bazar subyekti idarəetmə orqanı məsuliyyət daşımır və buna görə də, mikrologistika istisna olmaqla makrosəviyyədə qeyd olunan logistik idarəetmə orqanlarının real quruluşunu vermək və ya onun utopik formasını yaratmaq heç bir səlis məntiqə uyğun gəlmir.

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, nəqletmə üsullarının seçilməsi üzrə mərhələlər də daxil olmaqla konkret əmtəlik məhsulların məqsəd bazarına çıxarılması, bölüşdürmə və satış şəbəkələrinə qədər bütöv bir sistemdir.

Logistikaya verilən bu və ya digər təyin atlardakı müxtəliflik bir sıra səbəblərlə bağlıdır. Bunlardan ən mühümü'əksər firmaların məhsulların satışı, nəqlənməsi, anbarlaşdırılması və s. sferalarda həll etməyə cəhd göstərdikləri məsələlərin spesifik xüsusiyyətləri və miqyasındakı müxtəlifliklə əlaqədardır. İkinci səbəb, maliyəridilişinin təşkili və idarəedilməsində 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 çoxnövlülüyü ilə əlaqələndirilir.

Nəticədə, logistika məmumat yollayanlardan son istehlakçılara kimi məhsulların emal edilməsi və servislərin edilməsi ilə bağlı olan bütün proseslərə can atır.

Vurğulamaq olar ki, bazar iqtisadiyyatı bütövlükdə həm paylaşdırma, həm də istehsal sahəsinin spesifik özəllikləri nöqtəyi-nəzərindən iqtisadi sistemə süni şəkildə əlavə edilmiş quruluşların təsirinə tez məruz qalır. Sözügedən məntiq əsasında bu cür qeyd etmək olar ki, logistika iqtisadiyyatın modern tərəqqi prosedurunun istəyidir.

Bizim fikrimizcə logistika, hər şeydən əvvəl, mübadilə sferasında məhsul yeridilişinin ərsəyə gətirilməsi və yerinə yetirilməsindən təşkil edilmişdir. Logistik aktivliyə isə təsərrüfat münasibətlərinin təşəkkül tapması; məhsullara olan ehtiyacın təyin edilməsi, məhsul yollama və daşımaların fasiləsiz idarə olunmasının uyğunlaşdırılması, məhsul təminatının təşəkkül etməsi və nizamlanması, anbar təsərrüfatının tərəqqisi, yerbəyer edilməsi və ərsəyə gətirilməsi, kommertiya və istehsal servislərinin göstərilməsi kimi vəzifələr daxil edilir.

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

Birincisi, onlar əmtəə mübadiləsi prosesində material axınlarının formalaşdırılması, təşkili, tənzmənməsi 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 asossasiyalari, konsernlərin təchizat-satış və nəqliyyat xidməti, habelə regionlararası və regional kommertiya-vasitəçi və ticarət təşkilatlan) çıxış edirlər. Bu zaman məhsul yeridilişinin təşkilində əlaqələndirici rol adətən nəqliyyat, ticarət, material və enerji resurslarını idarəedən 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 yana-

cağının, 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 [22, 105].

Logistik idarə edilmə üsullarından fəal olaraq faydalanan qərb ölkələrinin praktik fəaliyyəti sübut edir ki, təminatların ilk bazadan son təyinat nöqtəsinə qədər kompleks hərəkətinin 93%-i onların ayrı-ayrı maddi-texniki avadanlıq kanallarından nəql etməsinə, başqa sözlə, xüsusilə istehsal kanallarında toplanması və burda qalmasını təmin edir. Kompleks vaxtın geridə qalanının 2%-ni özəl istehsal, 5%-ni isə köçürmə əməliyyatları əhatə edir. Sözügedən dövlətlərdə bütün xərclərin 20%-i bazara məhsul yeridilişi ilə bağlı ödənişlərdən təşkil edilmişdir. Bu səbəblə də, bu cür ödənişlərin strukturunda təminatın saxlanmasına sərf olunan xərclər 44%, saxlama və ekspedisiya xərcləri 16%, məhsulların əsas yolla və texnoloji daşınmasına çəkilən xərclər müvafiq olaraq 23 və 9 faiz, hazır məmulatın satışının həyata keçirilməsinə çəkilən xərclər isə 8% i əhatə edir [10, 145].

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, hazır olan və onlara müvafiq məmulatların dünya bazarları əhatəsində yerini dəyişməsi ilə bağlı tətbiq olunan prosedurlar ənənəvi bazarlarda bir sıra əməliyyatların görülməsinə nisbətən daha çətin və çox pul tələb edəndir. Yəni, ənənəvi bazarlar çərçivəsində bu əməliyyatlara sərf olunan xərclər idxal-ixrac məhsullarının satış dəyərinin 8-10 faizini əhatə edərsə, dünya bazarları əsasında bu göstərici uyğun olaraq 25- 35 faizdir. Lakin, digər tərəfdən inkişaf etmiş qərb ölkələri ilə müqayisədə respublikamızda material resurslarının saxlanmasına orta hesabla 6,5% az, ekspedisiyasına və daşınmasına 22% çox xərc sərf edilir. Bu isə, öz növbəsində məhsulötürücü şəbəkələrin inkişaf etməməsinin əyani sübutudur [18, 136].

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 [19, 106]:

- məhsulların hərəkət müddətinin 25-30% ixtisar edilməsinə;

- istehlakçılarda ehtiyatların səviyyəsini 30-50% azaldılmasına;

- təkcə 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 səviyyəsinin yüksəldilməsinə imkan verir.

Deməli, kommersiya fəaliyyəti sahəsində logistika məhsulların həm istehsalı, həm də tədavül sferasında hərəkətinin təşkilində yeni istiqamətdir. Ona görə də, tədavül xərclərinin azaldılması və vaxtın qısaldılması baxımından logistika idarəetmə metod və prinsiplərindən geniş istifadə edilməsi daha məqsədamüvafiqdir. Tədavül xərclərinin azaldılması və vaxtın qısaldılması ilk növbədə material resursları üzrə anbar ehtiyatlarının həcmnin azaldılması və məhsul göndərmələrin 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. [41] 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, cümlədən məhsulgöndərənlər, istehlakçılar və vasitəçi strukturlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin yaxşılaşdırılması yolu ilə təsərrüfat 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 yükdaşımalarm yaxşılaşdırılması üzrə həyata keçirilən tədbirlərdən daha çox istehsal və tədavül sferasında baş verən iqtisadi proseslərin və yerinə yetirilən bütün fəaliyyət növlərinin kompleks formada yaxşılaşdırılmasına istiqamətlənmişdir.

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 məhsulgöndərən 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 [19, 47].

Beləliklə, bizim fikrimizcə, logistikanın tətbiqi bir tərəfdən firma və şirkətlərin malın yeridilişi ilə bağlı zaman intervalı və maliyyə xərclərin aşağı salınmasına cəhd etmələri ilə əsaslandırılırdısa, digər tərəfdən əsasən bu cür iki:

- bazar qarşılıqlı əlaqələrinin çətinləşməsi və məhsulların paylaşdırılması əməliyyatına ölçü və keyfiyyət dərəcəsi nöqtəyi nəzərdən çoxlu tələbin olması;

- sürətli istehsal qruplarının formalaşdırılması kimi faktorlarla təyin edilir.

Demək ki, logistikanın tətbiq imkanlarının genişləndirilməsi əhəmiyyətli dərəcədə istehsalın əhəmiyyətində və malın yeridilişi zamanə əsas yeniliklərlə görülən satıcı bazarından alıcı bazarına keçid mərhələsi əlaqəlidir. İstehsalçıların istehlakçılara məcburi şəkildə təhkim edilməsi, sərvətlərin ağır və gərgin formada «bölgüsü» qaydasına görə totalitar təsərrüfatçılıq, inzibati amirlik zamanı bu və yaxud başqa məhsulun emalına qərar verilməsi onun satış siyasəti ilə uyğunlaşdırılmırdı. Başqa sözlə, satış siyasətinin işlənməsi, hər zaman, məhsulun hazırlanmasından sonra müşahidə edilir və onun təşkil edilməsi istehsalın diktəsi ilə yerinə yetirilirdi. Ancaq, təsərrüfat faktorları üçün işgörmə azadlığını tənzimləyən bazar iqtisadiyyatı mühitində malın satışı bazarının tutumu və strukturuna əsasən məhsul istehsalına təkliflərin verilməsi və ya istehsal proqramının təşəkkül etməsi ciddi surətdə satış strategiyasının istəklərinə müvafiq yerinə yetirilir. Nəticə etibararı ilə, gərgin çəkişmə mühitində istehlakçıların maraq dairəsinə müvafiq davranmaq, həmçinin məhsul hazırlayan şirkət və firmalardan sözügedən şərtlərə müsbət mənada qarşılıq göstərilməsini istəyir. Qeyri-sabit tipli bazar istəklərinə sürətli şəkildə qarşılıq verən istehlakçılar böyük ehtimal servisin keyfiyyətinin mükəmməlləşdirilməsi, istehlakçı sifarişlərinin həyata keçirilməsinə ayrılan zaman intervalının azaldılması və uyğun şəkildə qəbul edilmiş məhsul göndərmə qrafiklərinə heç bir şərt olmadan əməl edilməsinə yiyələnirlər. Bu cür mühitdə, deyilənlərdən əlavə, zaman faktoru malın dəyər və keyfiyyət faktorları ilə birgə istehsalçı şirkətlərin modern bazarda fəaliyyət göstərmələrini müəyyənləşdirən əsas amil kimi çıxış edir.

Həmçinin, məzmun nöqtəyi-nəzərindən paylaşdırma proseslərinin pis və ya yaxşılıq göstəricisinə bazar amilləri hesabına ehtiyacın çoxalması və ya müasir tipli istəklərin olması da satış prosedurunun çətinləşdirir. Başqa sözlə desək, bazar faktorları geniş həcmli xərci olan malların fiziki paylaşdırılmasına daha ciddi fikir verir. Bu cür mühitdə sözsüz ki, bir yandan alıcıların hazır məhsul istehsalçılarına, digər yandan isə istehsalçıların onlara material resursları

göndərənlərə qarşı anoloji reaksiyası bir qədər də artır. Belə ki, ayrı-ayrı bazar faktorları arasında qarışıq əlaqələr sistemi təşəkkül tapır ki, nəticədə bu avadanlıq və satış sahəsində var olan təşkilatı nümunənin yeniləşməsini istəyir. Qeyd edilən bu istəklərin tətbiqi isə müxtəlif sahələrdə malyeridilişinin optimallaşdırılması üzrə işləri aktivləşdirir.

Ölkəmizdə logistikanın inkişafını şərtləndirən amilləri nəzərə alaraq, onun iqtisadi baxımdan tətbiq zonalarını mütləq müəyənləşdirmək lazımdır. Aydın ki, inhisarçılıq o cümlədən istehsalın inhisarlaşması sözün tam mənasında logistikadan istifadə imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə məhdudlaşdırır. Bazar iqtisadiyyatının hərəkətverici və həvəsləndirici motivi hesab edilən rəqabət və rəqabət şəraitinin mövcud olmaması logistik təfəkkürün yaranmasına və onun inkişafına əsaslı sürətdə maneəçilik yaradır. Yəni, prinsipial nöqteyi-nəzərdən harada ki, rəqabət mövcud deyil, orada logistik təfəkkür üçün yer qalmır.

Respublikamızda logistikanın inkişafı üçün zəruri şərt təkrar istehsal prosesinin bütün fazalarında inhisarçılıq ənənələrinin iqtisadi əsaslarının ləğv edilməsindən ibarətdir. Əks təqdirdə iqtisadi tərəfdaşların seçilməsinə əsaslanan rəqabətin inkişafı üçün bazar konyukturası baxımından qiymətin əmələ gəlməsi və sifarişlərin formalaşması üçün şəraitin yaradılmasını təmin etmək qeyri mümkündür.

Məhz bu şərait bazar münasibətləri sisteminin tələblərinə uyğun gələn normal iqtisadi mühitin mövcud olmasını müəyyənləşdirir və yalnız bundan sonra ölkə iqtisadiyyatında logistik idarəetmə metodlarının səmərəli tətbiqi haqqında mülahizələrin aparılmasını həyatı tələbata çevirir [11, 153].

Məlumdur ki, bizi bazara aparan yol yuxanda baxılan şəraiti real olaraq formalaşdıran çərçivə daxilində topdansatış ticarətinin inkişaf mərhələsindən keçir. Yəni, məhsul və satıcının sərbəst seçilməsi zamanı istehlakçı iradəsinin sərbəst ortaya qoyulması şərti istehsalçını (satıcını) istehlakçı maraqlarını uçota almağa təhrik edər və uyğun olaraq bunun az xərclərlə, qısa zaman kəsiyində, səmərəli formada həyata keçirmək üçün logistika da daxil olmaqla bütün vasitələr toplusundan istifadə etməyə məcbur edə bilər. Lakin bu, ölkə iqtisadiyyatını

inhisarçılıq sindromu hərtərəfli formada əhatə etdikdə həyata keçirilə bilməz. Odur ki, belə bir halın mövcudluğu şəraitində prinsip ehtibarını ilə istehlakçı bütün parametrlər üzrə məqsədəuyğun hesab etdiyi məhsulgöndərənləri və məhsulları seçmək hüququndan istifadə edə bilmir. Həmçinin «iqtisadi fəaliyyət azadlığını» təmin etmə və istehlakçıların hüquqlarını müdafiə vasitələrinin olmamasına görə realməhsulgöndərənlərin bütün digər şərtlərlə yanaşı məhsullara «müqavilə» qiymətlərinin qoyulması məsələsində də hökmranlığını gücləndirir. İstər istehsal, istərsə də mübadilə sferasında inhisarçılıq öz növbəsində nizamlana bilən bazar iqtisadi vasitəsinin gördüyü işləri, bir sözlə sonlandırır və logistikanın tətbiq imkanlarının aradan qaldırılması da daxil olmaqla iqtisadi sahədə bütün mənfi halların yaranmasına nədən olur.

Bu gün obyektiv olaraq, bazar münasibətləri sistemində fəaliyyətə təsərrüfat subyektlərinin hazırlıqsız olmaları tələb olunan bir qism qanunvericilik aktlarının işlənilib hazırlanması və qəbul edilməsi prosesində baş verən gecikmələr, digər qisminin isə qeyri-təkmil olması ilə əlaqədardır. Buna görə də, bir çox, xüsusilə özəlləşdirmə proqramlarından kənar qalan müəssisələr bazar münasibətlərinə uyğun davranış modelinin işlənilib hazırlanmasına tələsmir və ölkənin sosial-iqtisadi həyatında mütərəqqi irəliləyişlərə nail olmaq baxımından özlərinə hesabat vermirlər.

Belə bir vaxtda qeyd etmək lazımdır ki, respublika iqtisadiyyatının bu gün mövcud inkişaf mərhələsi təsərrüfat rəhbərlərinə heç vaxt olmadığı qədər bu və ya digər davranış tərzinin seçilməsində yüksək dərəcədə azad yaradıcılıq təfəkkürünə sahib olmaq imkanları yaradır. Qəbul edilən qanunların təkmillik səviyyəsini səf-nəzər etmədən demək olar ki, onların hamısında istehsal, xüsusilə mülkiyyət münasibətlərinin əsaslarının qeyri-şərtsiz yenidən qurulması məsələsi birmənalı təsbit olunur. Odur ki, kommertiya təşkilatına rəhbərləri əmək kollektivi ilə birlikdə qanunla nəzərdə tutulmuş təşkilatı-hüquqi formanın seçilməsində, adekvat əmək haqqı və maddi həvəsləndirmə sistemini tətbiq edilməsində, öz ixtiyarında qalan təmiz mənfəətin sərəncamçısı olmaqda, yeni idarəetmə strukturu

yaratmaqda və s. əlahiddə huquqlar əldə edirlər.

Bazar iqtisadiyyatının formalaşması, təsərrüfat subyektlərinin bazara transformasiyası təkcə təsərrüfatçılığın forma və metodlarının yenidən qurulmasını deyil, eyni zamanda iştirakçıların təfəkkür tərzinin də dəyişilməsini tələb edir. Aydınır ki, yeni iqtisadi dünya görüşünə malik olmadan yeni iqtisadi münasibətlər sistemini real olaraq yaratmaq qeyri-mümkündür. Bu baxımdan birinci növbədə teknokratları əvəzləyə biləcək yeni tip təsərrüfat rəhbərlərinin formalaşması problemi aradan qalxmalıdır.

Bizim fikrimizcə, hal-hazırda Ölkə miqyasında bazar iqtisadiyyatına yalnız o Struktur tez və uğurla adaptasiya oluna bilər ki, onun rəhbəri digərləri ilə müqayisədə özünün mülkiyyətçi olduğunu daha çox hiss edə bilsin, kommertiya səpgili təfəkkür tərzinə malik olsun. Bu onunla xarakterizə olunur ki, birincisi, təsərrüfat işlərini mənfəətli aparmağı bacarmalı, bu növ vərdişlərə yiyələnəməlidir. İkincisi, iqtisadi davranış müstəqilliyi, istehlakçılar (sifarişçilər) qarşısında yüksək logistik məsuliyyət, keyfiyyətə və istehsal edilən məhsulun (xidmətin) qiymətinə mütəmadi nəzarət belə səpgi üçün daha tipikdir. Üçüncüsü, kommertiya təfəkkürü xüsusi qənaətçilik, dəqiq iqtisadi hesabat, məsrəf və nəticələrin həmişə rəqiblərin uyğun göstəriciləri ilə müqayisə edilməsini nəzərdə tutur. Bazar şəraitində müəssisə və onun hər bir struktur bölməsində təsərrüfatçılığın resurs qənaət sisteminin yaradılması, onun məsrəf xarakterliyinin aradan qaldırılması istiqamətində rəhbərin təfəkkür tərzinin formalaşması böyük əhəmiyyətə malikdir [14, 123].

Marketinqin logistik idarəetmənin ümumi sxeminə daxil edilməsi firma və müəssisələr qarşısında həll edilməsi obyektiv zəruriyyət kəsb edən bir sıra vəzifələr qoyur. Praktiki baxımdan belə vəzifələrin yerinə yetirilməsi səmərəli maliyədiləşinin həyata keçirilməsinə, istehlakçıların sayının artırılmasına və onlara göstərilən xidmətin səviyyəsinin yüksəldilməsinə, qiymət və texniki siyasətin effektiv aparılmasına əsaslı təsir göstərir [18,114].

III FƏSİL

İSTEHSAL-KOMMERSİYA MÜƏSSİSƏLƏRİNİN LOGİSTİK İDARƏ EDİLMƏSİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

3.1 Müasir dövrdə logistik mərkəzlərin yaradılması strategiyası

Logistika və ticarət sürətlə qloballaşan dünyaya iqtisadi inkişafın əsas təkanverici qüvvələrindən biri hesab olunur. Təsadüfi deyil ki, Prezident İlham Əliyevin təsdiq etdiyi strateji yol xəritələrindən biri Azərbaycanda logistika və ticarətin inkişafı ilə bağlıdır. Çünki Azərbaycan bu sahədə əlverişli coğrafi mövqeyə malikdir.

Bu mənada logistika imkanlarının genişləndirilməsi inkişafa xidmət etməklə yanaşı, ölkəmizin regional və beynəlxalq ticarətdə rolunun artmasına da gətirib çıxarır.

Bu sənəddə qarşıya qoyulmuş məqsədlər və prioritetlər isə həm də beynəlxalq əməkdaşlığı əhatə edir. Lakin Azərbaycan bu sahədə artıq illər öncədən layihələrin həyata keçirilməsinə başlayıb. Çünki Prezident İlham Əliyevin iqtisadi imkanların artırılması baxımından qarşıya qoyduğu vəzifələrdən biri xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsidir. Digər tərəfdən, dövlət başçısının tapşırıqlarına uyğun olaraq, Azərbaycanın ixrac potensialının və yerli məhsulların xarici bazarlara çıxış imkanlarının genişləndirilməsi də xüsusən bu gün üçün əsas prioritetlərdən biridir. Azərbaycanın xarici ticarətinin strukturunda isə kənd təsərrüfatı məhsulları üstünlük təşkil edir və bu sahədə logistik mərkəzlərin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Bundan irəli gələrək Azərbaycanın ixrac imkanlarının genişləndirilməsi məqsədilə ölkədaxili ilə yanaşı, xaricdə də logistik mərkəzlərin yaradılması nəzərdə tutulur. Artıq Qazaxıstanın Aktau şəhərində Azərbaycanın İstehsal və Logistika Mərkəzi yaradılıb.

Bu, 25 faizi dövlətə məxsus olmaqla, Azərbaycan Respublikasının xaricdə ilk logistika mərkəzi hesab edilir. Mərkəz Azərbaycan Respublikasında emal

edilən sənaye, kənd təsərrüfatı və ərzaq məmulatlarının Qazaxıstan və başqa Mərkəzi Asiya ölkələrinə, eyni zamanda Qazaxıstan məhsullarının respublika ərazimizə eksportu üçün səmərəli imkan yaradır. Azərbaycan və Qazaxıstan ölkələri arasında iqtisadi-alış-veriş münasibətlərinin və bölgədə nəqliyyat mexanizmlərinin tərəqqisi, dünya üzrə yükdaşımalarda çoxalma nöqtəyindən logistika mərkəzinin gördüyü işlər lap çox müsbət təsirlidir. Kənd təsərrüfatı və digər qida məhsullarının saxlanması təmin edən mərkəz sahibkarlara, xüsusilə də ixracatçılara bir sıra imkanlar və üstünlüklər təqdim edir.

Bu mərkəzin Qazaxıstanda yaradılması təsadüfi deyil. Çünki, oxşar keçmişə, bugünə və sabaha malik olan Azərbaycanla Qazaxıstan arasında münasibətlər sırf səmimi dostluğa əsaslanır. Bu münasibətlərin məğzində isə, şübhəsiz ki, xalqlarımızın eyni soykökə, vahid mənşəyə və tarixə, eləcə də gələcəklə bağlı oxşar inkişaf strategiyasına malik olması kimi mühüm amil dayanır. Lakin ərazisinin böyüklüyünə və əhalisinin sayına görə Orta Asiyanın ən böyük türk dövlətlərindən olan Qazaxıstanı Azərbaycanla mənəvi ortaqlıqdan başqa digər dəyərlər də bağlayır. Belə ki, hər iki türk dövləti son illər özünün dinamik sosial-iqtisadi inkişafının aktiv fazasına daxil olub. Ən əsası, hazırda böyük neft-qaz ixracatçısına çevrilən Azərbaycan və Qazaxıstan dünyanın enerji təhlükəsizliyinin real təminatçıları rolunda çıxış edirlər. Xəzərin statusu məsələsində fikir ayrılıqlarının olmaması, bu istiqamətdə tam razılığın əldə edilməsi əlaqələrin normal məcrada inkişafının göstəricisi sayıla bilər. Üstəlik, Xəzərlə bağlı işbirliyi regional əməkdaşlığa geniş imkanlar açır. Bütün bunlarla yanaşı, hər iki ölkə dünya siyasətinin əksər məsələlərinə münasibətdə oxşar mövqe tutur. BMT, İslam Konfransı Təşkilatı kimi beynəlxalq təşkilatlar çərçivəsində səmərəli qarşılıqlı fəaliyyət deyilənlərin əyani sübutudur. Ona görə Azərbaycan və Qazaxıstan arasında nəinki problem yoxdur, ümumiyyətlə, bu dövlətlər arasındakı münasibətlər strateji tərəfdaşlığa və etibarlı müttəfiqliyə söykənir.

Qazaxıstan Respublikasının Prezidenti Nursultan Nazarbayevin Azərbaycana etdiyi ən son rəsmi səfər iki ölkə arasında münasibətlərin ən yüksək

səviyyədə inkişafının təsdiqi oldu. Prezident İlham Əliyev bu səfəri ikitərəfli münasibətlərdə böyük hadisə adlandıraraq deyib: “Bizim ölkələrimiz arasında ikitərəfli münasibətlərin möhkəm təməli var. Bu il biz dövlətlərimiz arasında diplomatik münasibətlər qurulmasının 25 illiyini qeyd edirik, hərçənd xalqlarımızın qarşılıqlı münasibətlərinin tarixi yüzilliklərlə hesablanır. Bu tarix həmişə dostluq, əməkdaşlıq, qarşılıqlı dəstək tarixi olub. Bu gün Qazaxıstan və Azərbaycan fəal inkişaf edən iki müstəqil dövlət kimi əməkdaşlığın ikitərəfli formatını möhkəmləndirir. Nursultan Nazarbayevin səfəri, apardığımız danışıqlar, imzalanmış sənədlər ölkələrimiz arasında olduqca möhkəm əlaqələrin mövcudluğunu sübut edir. Biz qarşılıqlı siyasi fəaliyyəti fəal inkişaf etdirir, həm rəsmi səfərlər, həm də beynəlxalq tədbirlər çərçivəsində çox tez-tez görüşürük. Söhbət etmək və münasibətlərimizin inkişaf yollarını müəyyənləşdirmək üçün həmişə vaxt tapırıq. Biz beynəlxalq strukturlarda fəal əməkdaşlıq edir, bir-birimizə həmişə qarşılıqlı dəstək oluruq. Bu da bizim münasibətlərimizin səmimiyyətinin yaxşı göstəricisidir. Azərbaycanın qarşılıqlı tərəfdaşlıq və müttəfiqlik münasibətlərinə böyük önəm verdiyi Qazaxıstan bu gün həm də Mərkəzi Asiyanın ən sabit və inkişaf edən dövlətidir. Son illər əlaqələr daha da inkişaf edib, ikitərəfli münasibətlərdə bir sıra yeni əməkdaşlıq təllərinin təməli qoyulub. Dövlət başçılarının siyasi iradəsi və birgə söyləri qarşılıqlı faydalı iqtisadi layihələrin həyata keçirilməsinə şərait yaradır. Aktaudakı İstehsal və Logistika Mərkəzi belə layihələrdəndir.

Xatırladaq ki, mərkəzin inşasına dair razılıq 2013-cü il ərzində Türkdilli Ölkələrin Əməkdaşlıq Şurasının III Zirvə yığıncağı əhatəsində Azərbaycan və Qazaxıstan ölkələrinin başçılarının görüşü zamanı olub. Daha sonra bu sahədə prezidentlər hesabına uyğun göstərişlər verilib. 2013 -cü ildə logistika mərkəzinin tikilməsinə görə Azərbaycan Respublikasında Eksportun və İnvestisiyaların Təşviqi Təsisatı, “Azərsun Holding” və Qazaxıstanın “Aktau Dəniz Limanı” Özəl İqtisadi Zonası tərəfindən Anlaşma sənədi imzalanıb. Əsas 2014-cü il iyun ayının 28-də qoyulan və 2015-ci ilin dekabr ayında fəaliyyət göstərən İstehsal və

Logistika Mərkəzi ümumi anbar sahəsi 8730 kvadratmetr olan nəm olmayan və soyuducu depolar və başqa vasitələrdən təşkil edilmişdir. Məbləği 20 milyon ABŞ dolları olan mərkəzi Almaniya, Niderland, İtaliya, Yaponiya və Türkiyə emalı olan modern sistemlər, ayrı-ayrı depo təchizatları, böyük və xırdatonnajlı nəqliyyat mexanizmləri ilə təmin olunub.

2014-cü il Aprel ayının 4-də Qazaxıstanın dövlət başçısı Nursultan Nazarbayev Aktauda mərkəzin işə ilə tanış olub. Görülən işlər barədə məlumat verən Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyat naziri olan Şahin Mustafayev İstehsal və Logistika Mərkəzinin gördüyü işlərin əlverişliliyinin artırılması məqsədilə özəl gömrük rejiminin həyata keçirilməsinin səmərəliliyini nəzərə çatdırıb. Öz növbəsində Nursultan Nazarbayev Azərbaycan və Qazaxıstan prezidentlərinin göstərişinin az vaxt ərzində və keyfiyyətli tətbiqini yüksək dəyərləndirib və özəl gömrük prosedurunun icrası ilə əlaqədar Qazaxıstanın dövlət idarələrinə uyğun tapşırıq verib.

Vurğulamaq olar ki, Qazaxıstan Prezidentinin Azərbaycana səfəri zamanı imzalanan sənədlərdən biri də “Azərbaycan Dəmir Yolları” QSC ilə Qazaxıstan Dəmir Yolları Milli Şirkəti arasında logistika və dəmir yolu nəqliyyat maşınqayırması sahəsində strateji əməkdaşlıq haqqında Saziş” idi. Bu sənəd hər iki ölkənin logistik əməkdaşlığa verdiyi önəmin göstəricisidir. Ən əsası, Prezident İlham Əliyevin qeyd etdiyi kimi, Aktauda logistika mərkəzinin açılması iki ölkə arasında ticari-iqtisadi əməkdaşlığın möhkəmlənməsinə yönəldilmiş birbaşa Azərbaycan sərmayəsidir.

3.2 Logistik fəaliyyətin idarəedilməsində informasiya təminatı

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində, istehsalın idarə edilməsinə informasiyanın işlənməsi haqqında elm kimi də baxmaq olar. Belə ki, istehsalın idarə edilməsi sisteminin əsas məsələsi idarə olunan obyektə alman informasiyanın işlənməsi əsasında elə idarəedici təsirlərin (tədbirlərin) tapılmasıdır ki, bu zaman istehsalın məqsəd funksiyası ən əlverişli yolla yerinə yetirilsin. Bu

funksiyaların xarakterinə görə də müxtəlif idarəetmə sistemləri yaradılır.

İdarəetmə elmi informasiya anlayışını xeyli geniş mənada təsvir edir. İdarəetmənin təşkilinin nəzəri olaraq təməlini tanınmış Amerika mütəxəssis-araşdırmaçı F.Teylor qoymuşdur. Teylorun ortaya qoyduyu əməyin və istehsala qarşı münasibətinin təkmilləşdirilməsi fikirlərinin təcrübədə tətbiqi, onun istehsalın icrası və idarəsinin kökündən dəyişdirməyə və çox böyük əlveriş qazanmağa şərait yaratmışdır. Həmin ideyalar bu gündə dünya təcrübəsində geniş istifadə edilir. Belə ki, bu ideyaların idarəetmə elmindəki əhəmiyyətini müasir elmlər yüksək qiymətləndirirlər. P.Drukler göstərir ki, F.Teylor nəhəng qaydadır ki, onun üzərində biz idarəetmə elmini göylərə ucaldırıq.

F.Teylor idarəçilik vəzifələrini dörd növə bölmüşdür: qarşıya qoyulan hədəfin seçilməsi, mexanizmin seçilməsi, mexanizmin hazırlanması və son vəziyyətə nəzarət.

Fransız araşdırmaçısı A.Fayol şirkətdə yerinə yetirilən bütün prosesləri altı yerə bölür: texniki, kommersiya, maliyyə, mülkün mühafizəsi, hesabat və inzibatçılıq. Teylor, idarəçiliyə sırf altıncı qrupu-inzibatçılığı aid edir və belə hesab edir ki, istehsalın idarə edilməsi müəssisəni hədəf seçilmiş məqsədə istiqamətləndirmək, tədarürlərin hamısından bütövlükdə istifadə etməyə nail olmaq, göstərilən funksiyaların həyata keçirilməsini doğru şəkildə bərpa etmək deməkdir. İdarəçilik fəaliyyəti üçün aşağıdakı işlərin apanılması zəruridir:

- Gələcəyə baxmaq (gələcək fəaliyyət proqramını tərtib etmək);
- Müəssisənin maddi və sosial tərkibini təşkil etmək ;
- İstehsalı qurmaq;
- Müəssisənin işlərini hərəkətə gətirmək;
- İşin vaxtında yerinə yetirilməsinə nəzarət etmək;
- İstehsal fəaliyyətini əlaqələndirmək.

İdarəetmənin metodoloji əsasları baxımından fransız utopistlərinin, xüsusilə R.Ouenin böyük xidməti olmuşdur. O, bizneslə idarəetmə əsasında üzvü əlaqə yaratmağa, iqtisadi idarəetmə üsulunu müasir formada həyata keçirməyə,

bütövlükdə isə idarəetmə sistemini yenidən qurmaqla, özünün sosial qiymətlər yaratmaq üsulunu mühüm hesab etməyə cəhd etmişdir. R. Ouen tək cə işgüzarlıq prosesinin səmərəli təşkili modelini deyil, həm də birinci növbədə insan davranışının modelini əsas götürmüşdür. Belə ki, idarəetmə nümunəsi bu və ya başqa şəkildə idarəçiliyin, kollektivin fəaliyyətinə təsir göstərir.

A. Marşal digər alimlərlə yanaşı idarəetməni istehsal amillərindən biri hesab edirdi. İdarəetmə konsepsiyasının formalaşmasında Z.P. Rummyantsevamı daha geniş fikirləri vardır ki, bu da müasir dövürdə qəbul edilir.

İdarəetmənin planlı, məqsədyönlü fəaliyyəti haqqında Yunan alimi Sokrat hələ bizim eradan əvvəl onu xüsusi fəaliyyət növü adlandırmış və idarəetmənin unversiallıq prinsipini irəli sürmüşdür. Platon isə dövlət idarəçiliyi formalarının təsnifatını, onların funksiyalarını verməyə cəhd etmişdir. Misirdə də idarəetmə haqqında ilk elmi fikirlər irəli sürülmüşdür.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmənin yuxarıda göstərilən modelləri həmçinin yeni formaları inkişaf etmişdir. Belə ki, Amerika mütəxəssisi Luiz L. Allenin fikirincə həmin səbəblərə aşağıdakılar daxildir: sahibkarlığın idarəetmə sahəsindəki təcürübəsizliyi, tələb və istəyi nəzərə alan alıcı mövqeyinin olmaması, sahibkarların əməkdaşlarla işləmək meylinin olmaması, səlahiyyət və cavabdehliyin başqa şəxslərə vermək istəyinin olmaması, sahibkarların onlara tanış olmayan və yeni şəxslər qarşısında öz bacarığını büruzə verə bilməməsi, öz müəssisələrinin daha sürətli inkişafından çəkinmək meylli. Luiz L. Alenə görə biznes sahəsində uğurların əsasını menicərin təcrübəsi, adamlarla maraqlı olmaq, özünə inam, zamanın nəbzini tuta bilmək bacarığı, işi planlaşdırmağı bacarmaq, fikir və fəaliyyət birliyi, təşkilatı işlərdə çeviklik və s. təşkil edir.

Müasir idarəetmənin meydana gəlməsində klassik idarəetmənin (Q, For, Q.Enurson və b.) böyük rolu olmuşdur. Əslində isə klassik idarəetmə müasir idarəetmənin metodoloji əsaslarından birini təşkil edir.

Yeni dövürdə, idarəetmə sisteminin yeni səmtləri inkişaf etdirilir ki, bu səmtlərdən biri kibernetik sistemlərdir. Bu termi Platon, sonradan isə A. M.

Amper işlətmişdir. XX əsrin ortalarında isə Amerika alimi N. Viner bu termi yenidən elmə daxil etdi.

XX əsrin ortalarında A. N. Tyuring diskret informasiyanın universal çevriscini (Tyuring maşını) təklif etdi. Kibernetikanın formalaşmasına XX əsrin 40-cı illərində yaradılmış hesablayan elektron maşının həlledici təsiri oldu. Bunun nəticəsində idarə edən mürəkkəb sistem yaratmaq üçün geniş imkalar açıldı. İlk informasiya texnologiyası istismara verildikdən sonra N. Viner mövcud vəziyyəti belə qiymətləndirir ki, hər bir dövrün ideyası onun texnikasında əks olunur.

Lakin, yuxarıda göstərilən alimlərin tədqiqat işlərində idarəetmənin təşkilinin nəzəri-metodoloji aspektlərinin verilməsinə baxmayaraq, bu işlərdə idarəetmənin informasiya sistemləri ilə qarşılıqlı əlaqəsi demək olar ki, baxılmamışdır. Buna görə də, idarəetmənin nəzəri və ayrı-ayrı problemləri üzrə, yuxarıda göstərilən xarici alimlər ilə yanaşı XX əsrin ortalarından başlayaraq xaricdə və müstəqil dövlətlər birliyində K. Şennon, Y. Z. Mayminas, A.A.Modin, D. Mers, C. Xarinqton, B.M. Jercbin, B.P. Suvorov, E.Q. Yasin, Y. N. Vasiliyev, Y. I. tnkov, M.M. Kreysberq, Y. I. Çemiyak, Q.R. Qromov və başqa alimlər də tədqiqat işləri aparmışlar.

Belə ki, sənayenin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi probleminin həllində iqtisadi islahatlar və təşkilatı tədbirlər informasiya axınlarının təkmilləşdirilməsini və müəssisələrin idarəedilməsinin informasiya təminatının yaradılmasını zəruri edir.

Bu bir sıra məsələlərlə bağlıdır. Belə ki, respublikanın sənaye sahələrində informasiya potensialı planlaşdırılmış təsərrüfat sistemində özünəməxsus dinamikası, məqsədi olduğu halda, bazar iqtisadiyyat, şəraitində informasiya təbəhaimə uyğun olaraq həmin məlumatların transformasiyası kodifikasiyası, təkrar istehsalı, (hürülməsi, istifadəsi, proqnozu) nəzəri və praktiki cəhətdən mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Təbii ki, bu istiqamətdə yeni texnoloji, nəzəri-metodoloji aspektlərin açılması və onun neft maşınqayırmağa tətbiqi aktualdır.

idarəedən sistem böyük həcmdə informasiyaları işləməyə məcbur olur. Digər tərəfdən isə, müxtəlif informasiyaların həcmnin çoxalması istehsalın idarə edilməsinin təkimləşdirməsinə daha geniş imkan yaradır. Belə ki, istehsalın idarə edilməsi üçün qəbul edilmiş qərarların səmərəli və konkret həli» isə öz növbəsində İdarəetmə aparatında istifadə olunan informasiyaların kəmiyyət və keyfiyyətindən asılıdır. Buna görə də, professor

F.N.Oliyevin tədqiqat işlərində sənaye müəssisələrində informasiyalar beş qrup üzrə cəmləşdirilir:

1. İstehsal edilmiş məhsulun həcmi, keyfiyyəti, tərkibi haqqında məlumatlar.
2. istehsalın metodu-texnologiyası haqqında məlumat .
3. Məhsulun növləri haqqında faktiki hesabat məlumatları .
4. Maddi, əmək və maliyyə məsrəfləri haqqında faktiki məlumatlar.
5. Maddi maraqlandırma və mənəvi həvəsləndirmənin təsirliyini xarakterizə edən məlumatlar.

Lakin, bu təsnifatda idarəetmənin səviyyələri arasında “çaq üfüqi” əlaqələrin uzlaşması nəzərə alınmamışdır. Bu əlaqələrin nəzərə alınması, informasiya təminatında yeni məlumatların işlənməsini tələb edir. Bu halda, toplanan bu informasiyalar, bütün idarə pillələrindən keçir və bunların miqdarı informasiya dəstəsi və ya axını adlanır. Belə ki, informasiya axını idarə olunan obyektə, müəyyən dövr ərzində həyata keçirilən məlumatlar ardıcılığı nəzərdə tutulur, istehsalın idarə edilməsində istifadə olunan informasiyalar isə aşağıdakı əlamətlərə görə təsnif edirlər: məzmunca, sistemə münasibətinə görə istiqamətinə, əmələ gəlmə və verilmə dövrünə görə, sabitlik dərəcəsinə, idarəetmə prosesində roluna və idarə səviyyəsinə.

Məzmunundan asılılığına görə elmi-texniki, iqtisadi-istehsalat və sosial informasiyaları fərqləndirirlər ki, onlarında ayrılıqda müxtəlif növləri mövcuddur.

İdarəetmə sistemində münasibətinə görə informasiyalar müəssisədən kənar və müəssisədaxili informasiyalara bölünürlər.İstiqamətinə görə müəssisədən ünvan sahibinə görə və ya müəssisəyə daxil olan informasiyaları fərqləndirirlər.

Əmələgəlmə və istifadə dövrünə görə normativ, plan, operativ informasiyalardan istifadə edilir.

Sabitlik dərəcəsinə görə isə daimi, şərti-daimi və dəyişən informasiyalar vacibdir.

İdarəetmədəki vəziyyətinə görə sexlər, sahələr, iş yerləri və müəssisə üzrə informasiyalar mövcuddur.

İnformasiya sistemində roluna görə ilkin və törəmə informasiyalardan istifadə edilir.

İdarəetmə prosesində roluna görə hesabat, statistik və nəzarət edici informasiyalar vardır.

Beləliklə, istehsalın idarəedilməsi prosesini lazımi informasiya ilə təmin edən vəsait, onun informasiya təminatının olmasıdır. İnformasiya təminatı istehsalın idarə edilməsini həyata keçirmək üçün, ona ayrı-ayrı məlumatların vaxtında verilməsinə imkan verir. Buna görə də, istehsalın idarə edilməsi prosesini həyata keçirən onun informasiya təminatı aşağıdakı elementləri özündə əks etdirir: informasiyaların halqası, informasiyaların dövretmə yolu, informasiya daşıyıcıları, informasiyanın işlənməsinin texniki vəsaitləri. Eyni zamanda, informasiya təminatı aşağıdakı parametrlərlə xarakterizə olunur: bütün bölmələrdəki informasiyaların həcmi, daimi hərəkətdə olan, axın xarakterli informasiyaların həcmi, informasiya yollarının buraxabilmə qabiliyyəti, informasiya təminatının dəqiq fəaliyyəti, informasiya işlərində operativlik dərəcəsi. Buna görə də, biz, istehsalın idarəedilməsinin informasiya təminatının təşkil edilməsi əsasında var olan bəndlərin hamısını ayrı-ayrı həlqələr şəklində sinifləndirərik:

- 1- İdarəetmənin müxtəlif səviyyəsinə görə.
- 2- Əhatə dairəsinə görə.
- 3- Təyinatına görə.
- 4- İdarəetmə sisteminin mürəkkəbliyə dərəcəsinə görə.
- 5- İnformasiyaların işlənməsinin avtomatlaşdırılması səviyyəsinə görə.

İstehsalın idarə edilməsi prosesində istifadə olunan informasiya təminatı müxtəlif ola bilər. Hal-hazırda informasiya-sorğu, informasiya-axtarış, izləyici, intellektual informasiya təminatı və informasiya sistemlərindən istifadə edilir. Lakin, istehsalın idarə edilməsinin mürəkkəb və dinamikliyi, bazar iqtisadiyyatı şəraitində onun idarə edilməsinin təşkilati quruluşunda dəyişkənlik mövcud informasiya təminatlarının təkmilləşdirilməsini, yeniləşdirilməsini və yaradılmasını, zəruri edir. Bu isə istehsalın idarə edilməsi proseslərinə kompleks baxımı və idarəetmə metodlarının dahada inkişafını, onlann məcmu halında tətbiqini tələb edir.

İstehsal obyektləri istehsal etdiyi məhsulun həcmində, onun müxtəlifliyindən, mürəkkəbliyindən, ixtisaslaşma dərəcəsindən və bir çox amillərdən asılı olaraq müxtəlif strukturlarla birləşə bilər. Belə ki, sosial iqtisadi sistemlər sex, müəssisə şəkilində təşkil edilib səmərəli fəaliyyət göstərə bilməzlər. Buna görə də onlar təşkilatı tamlığı təmin etməli, onun elementləri isə xüsusi əlaqələr əsasında birləşməlidir.

İstehsalın idarə edilməsi prosesi özündə idarəetmənin məqsəd və vəzifələrinin həyata keçirilməsini təmin edən, bir-biri ilə əlaqədə müxtəlif idarəetmə orqanları və pillələridir.

İstehsalın idarə edilməsi sistemləri miqyasından və fəaliyyətlərindən asılı olmayaraq müəyyən xüsusiyyətlərə malikdir. Bu ümumi xüsusiyyətlərin və idarəetmə sistemləri variantlarının və elementlərinin müqayisəli təhlilinin, onlann optimal (mütərəqqi) həllinin tapılması üçün, böyük əhəmiyyəti vardır. Bu məqsədə nail olmaq üçün sistemli yanaşma üsullarından istifadə edilməlidir.

İstehsalın idarə edilməsi prosesinin sistemli təhlilində müəssisənin aparıcı mütəxəsisləri idarəetmə obyektinə haqqında informasiyalardan (informasiya təminatı bazası əsasında) istifadə etməklə müəyyən optimal qərarlar verməlidirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, hər hansı bir istehsal prosesinin giriş və çıxış göstəriciləri mövcuddur. İstehsal sisteminin girişi xammal, çıxışı isə hazır məhsuldur (istehsalın nəticəsidir). Buna görə də istehsal prosesi gedişatında material axını girişdən çıxışa

qədər müəyyən real surətlə hərəkət edir, bu halda idarəetmə sisteminə istehlakçılar tərəfindən qəbul edilən sifarişlər hazır məhsula təsir edir. Bu halda, idarəetmə prosesi istehsalın idarəedilməsi üçün istifadə edilən iki əsas elementləri birləşdirir. Hər şeydən əvvəl çıxış göstəricisi giriş göstəricisinin dəyişkənliyinə özünü uyğunlaşdırmalıdır. Digər tərəfdən isə, hazır məhsuldan xammala baş əks əlaqə mövcuddur ki, o, tələb olunan çıxış vəziyyəti ilə, başlanğıca giriş vəziyyəti arasında qeyri uyğunluğu modelləşdirir. Bu qeyri uyğunluq əks əlaqə dövrəsi ilə idarəetmə sisteminə daxil olur ki, bu da müəssisənin nəzərdə tutulan istehsal planında və məhsuldarlığında müvafiq uyğunlaşdırmalar apanır.

İstehsal prosesində görülən işlərin əsas xüsusiyyətləri onu göstərir ki, istehsal tapşırığı həmin məhsula olan tələb və təklifi nəzərə alır. Yəni, idarəetmə sistemi müəssisənin istehsal imkanlarına (istehsal güclərini) nəzərə alır və daha bir icraedici amil istehsal prosesində planlaşdırılan məhsuldarlığı tələbata uyğunlaşdırır. Lakin, həqiqi məhsuldarlığa dəyən yükün əsas təsiri hər şeydən əvvəl istehsalın idarə edilməsi sisteminin çıxışında əks olunur.

Yuxarıdakı, tədqiqatlara əsalanaraq, biz sənaye sahələrində mütərəqqi idarəetmə sistemi yaratmaq üçün ilk növbədə, aşağıdakı iqtisadi tədbirlərin apanlmasını vacib hesab edirik:

- Xərclərin İdarə edilməsi sistemi məhsulun istehsalı, satış və daşınması prosesində minimum xərcə əsaslanmalı, düzgün uçot aparmalı və heç bir itkiyə yol verməməli;
- müəssisədə debitor və kreditor borcu minimuma endirilməklə, pul vəsaitinin hərəkətinin səmərəli idarəetmə sistemi yaradılmalıdır;
- mənfəətin idarə edilməsi sistemi məhsul çeşidinin artırılması, optimallaşdırılması və rentabelliyyənin yüksəldilməsi şəraitində təşkil edilməsi;
- buraxılan məhsulun mövcud qiymətləndirmə sistemi metodiki cəhətdən təkimləşməli və bazarın tələbatına uyğunlaşdırılmalıdır və s.Aparılmış həmin tədqiqatlara uyğun, belə nəticəyə gəlmək olar ki, istehsalın idarə edilməsi sisteminə (prosesinə) rabitəli informasiya sistemi (təminatı) kimi baxmaq olar. Bu

sistemlər ətraf mühitlə (müəssisədaxili və müəssisə xarici) informasiya mübadiləsində olurlar ki, bu da istehsalın idarə edilməsində müvafiq (optimal) qərarların çıxarılmasına səbəb olurlar. İstehsalın idarə edilməsi sistemində yaranan əks rabitə prosesi fasiləsizdir. Informasiya təminatının nəticələri yeni qərarların qəbul edilməsinə gətirir ki, bu da istehsalın idarə edilməsi sisteminin daimi hərəkətini şərtləndirir.

Təhlillər göstərir ki, istehsalın idarə edilməsinin informasiya təminatı (sistemi) mövcud əks rabitə ilə öz fəaliyyətində üç xarakteristikaya malikdir: struktur, gecikmə və güclənmə. Deməli, informasiya təminatının mövcudluğu istehsalın idarə edilməsi prosesinin ayrı-ayrı hissələrinin qarşılıqlı əlaqəsini əks etdirir. Bu isə informasiyanın alınmasında, qərarların qəbul edilməsində və onların yerinə yetirilməsində mühüm rol oynayır.

İstehsalın idarə edilməsinin tənzimləyici qərarları, informasiyanın daxil olmasından asılı olmayaraq belə fərz etmək olar ki, istehsal prosesində güclənmə o, hallarda baş verir ki, idarəedici təsirlər gözlənilməyindən daha qüvvətli olsun. Bu xarakteristikalardan istifadə etməklə, sənaye müəssisələrinin zamana görə dəyişən dinamik davranışını tədqiq etmək olar. Bütün bunlar idarəetmə qərarlarının qəbulu zamanı təşkilatı strukturunun gecikmə vaxtı və bu və ya digər amillərin təsirinin gücləndirilməsi üzrə tədbirlərin necə qarşılıqlı əlaqədə olduğunu göstərir.

İstehsalın idarə edilməsində həmişə iki element iştirak edir: giriş informasiya (müəssisədə istehsalın əsas göstəriciləri) və çıxış informasiya (istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələri).

Beləliklə istehsalın idarə edilməsi prosesi informasiya külliynə olub, insanları, maşınları və digər köməkçi elementləri özündə birləşdirir. Alınan çıxış informasiya qarşıda qoyulmuş məqsəd və ya məsələyə nail olmaq üçün idarəetmə sistemində qərarlar qəbulu və digər həllər üçün istifadə edilir. Yəni, istehsalın idarə edilməsinin informasiya təminatı həmişə müəyyən təsərrüfat idarəetmə sistemində xidmət edir. Əgər, bu informasiya mexaniki və avtomatik işlənirsə bu o, demək deyildir ki, qərarların qəbul edilməsi sahəsində idarəetmə subyektinin bütün

funksiyaları avtomatlaşdırılır və ya mexanikləşdirilir.

Aparılmış bu və ya digər mülahizələr onu söyləməyə əsas verir ki, bazar İqtisadiyyatı şəraitində istehsalın idarəedilməsi sisteminin spesifik xüsusiyyətləri iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələri üzrə səmərəli informasiya təminatının (sistemlərinin) yaradılmasının və yeni indikatorlarının formalaşmasının nəzəri və praktiki məsələlərinin işlənməsinə tələb edir. Bu zəruriyyət, digər tərəfdən informasiyaların bazar sistemində uyğunlaşdırılması (transformasiyası), onun dünya standartlarına unifikasiya edilməsi, digər tərəfdən isə iqtisadi-statistik və proqnoz-analitik tədqiqatların aparılması ilə bağlıdır.

Araşdırmalar göstərir ki, idarəetmə sistemində mövcud olan əksər konfliktlərin bazasım informasiya çatışmamazlığı təşkil edir. Daha doğrusu, real mənbəyə əsaslanmayan, seçilib məzmununa qiymət verilməyən, optimallıqdan və reallıqdan kənar olan hər növ informasiya bu ya digər şəkildə idarəetmə qərarlarının səmərəliliyinə öz mənfi təsirini göstərir. Bu isə, mövcud olan informasiya təminatının məlumatlar (verilənlər) bazasının təkmiləşdirilməsini yeniləşdirilməsini onun nəzəri məsələlərinin işlənməsini. bütövlükdə isə informasiya təminatının yaradılmasını zamanın vacib problemi kimi qarşıya qoyur. Eyni zamanda, müasir informasiya təminatı satış, marketinq, sahibkarlıq, xüsusi ilə istehsal sahibkarlığı, maliyyə, uçot, müəssisədaxili planlaşdırma, nəzarət və s. ilə üzvü halda əlaqələndirilməlidir. Daha doğrusu, informasiya təminatının əhatə dairəsi və məzmunu dəyişdirilməlidir. Yəni, informasiya təminatı öz-özünə xidmət deyil, o istehsalın idarə edilməsi prosesinə xidmət etməlidir.

3.3 Logistik fəaliyyətin təşkili və hüquqi tənzimlənməsi

Logistik idarəetmə üsulunun gördüyü işlərin dəyərləndirilməsi logistika ilə istehsal ödənişləri arasında münasibəti göstərən logistik idarəetmənin kompleks ödəmələr konsepsiyasına görə müəyyən edilir. Logistik idarəetmənin komponentləri bilinən depo təsərrüfatı və onun təşkil edilməsi, təminatların hazırlanması və saxlanması, nəqliyyat mexanizmləri parkının təşkil edilməsi və

yaxud yükdaşımlarında onlardan faydalanılması, məhsul emalının sxematikləşdirilməsi, emal üçün vacib vəsaitlərin sifariş edilməsi və onların qəbuluna verilən ödənişlər bir-birindən asılıdır. Yəni, logistik idarəetmənin hədəfi bütün logistik ödənişləri aşağı salmaqdır. Başqa sözlə, ən az ödənişlə logistik idarəetmənin sürətli şəkildə fəaliyyətini bərpa etməkdir. Belə çıxır ki, əsas kütlə mərkəzin istehsal sferasına düşsə də, vəsaitin alış-satış bazarından istehlakçılara göndərilməsinə qədər müxtəlif logistik proseslərə ödənilən məbləğ müəyyən üsulla analiz edilməli və son vəziyyətdə logistik idarəetmənin kompleks ödənişlərinin aşağı salınması sahələri təyin edilir. Ancaq onu da gözdən itirmək olmaz, müxtəlif logistik proseslərin həyata keçirilməsinə ödənilən məbləğin azaldılması vəsait axınlarının təşkil edildiyi anda bütün ödənişlərin çoxalmasına şərait yarada bilər. Bu səbəblə də ya makro, ya da mikro səviyyədə fərq etməz logistik idarəetmə bu və başqa logistik proseslərin icrasını analiz edən vaxt yalnız müxtəlif proseslərə yox, bütövlüklə logistik idarəetmənin özü üçün ödənilən məbləğin və onların səviyyəsinə diqqət etməyi istəyir. Sırf ümumi logistik analiz logistik idarəetmənin komponentləri cərgəsində proporsiyaları və bu proporsiyaların iqtisadi təsirliliyinin müəyyən edilməsinə və axınların sürətli idarə olunması əsasında tədbirlərin təşkil edilməsinə şərait yaradır. Bu cür ümumi və sistemli analizin edilməsi logistik idarəetmələrin gördüyü işlər üçün səmərəli iqtisadi mühit yaratmaqla onların təsirliliyini artırır. Yüksək iqtisadi təsirliliyə sahib olan bu cür idarəetmələrdə isə müasir logistik konsepsiyalar təşkil edilir, modern texnika və avadanlığın geniş şəkildə istifadəsi üçün təzə imkanlar yaranır.

Nəticədə, qərb iqtisadçılarının fikrinə görə iqtisadi nöqtəyi-nəzərindən səmərəli logistik təqdimatların təyinatı avadanlıq üzrə ayrı-ayrı vəzifələrin yerinə yetirilməsini mərkəzləşdirməkdən əlavə, həmçinin istehlakçı şirkətlərin iqtisadi fəaliyyətlərinin son vəziyyətlərinin mükəmməlləşdirilməsi ilə təyin edilir (məhsullar istənilən yerə danışılmış vaxta və əsas keyfiyyətdə yollanır və son olaraq bütün iqtisadiyyatın iqtisadi təsirliliyi artır). Məsələn, ABŞ-da sənayenin vəsaitlər ilə təmin edilməsi və hazır malların paylanmasına görə ödənilən məbləğ

ÜMM –nin 20% -ni əhatə edir. Bu cür mühitdə öncədən tərtib edilmiş logistik qaydalar kompleks logistik ödənilən məbləğin tutumunu, onların ödəniş sahələri üzrə təyin edilməsini, bu ödəniş maddələri arasında özəl kütləyə sahib olan ödəniş maddəsini təyin etməyə və onların minimuma yaxınlaşmasını bərpa edə bilən tədbirlər şəbəkəsinin tərtib edilməsinə imkan yaradır.

Bununla əlaqədar olaraq sənaye menecmentləri logistik problemləri bir neçə aspektlərə görə diqqət mərkəzində saxlamalıdırlar. Birincisi, təsərrüfat subyektləri təchizat, istehsal və satış kimi bir-biri ilə əlaqəli olan ayrı-ayrı fəaliyyət sahələrindən hər-hansı birini üstün tutmaqla onun iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi məsələsinə daha çox önəm verirlər. Bu da «təchizat-istehsal-satış» sistemi çərçivəsində prioritet üstünlüklər prinsipinə əsaslan funksional sahələrdən hər hansı birinin səmərəli fəaliyyəti nəticəsində bütün sistemin tarazlığının pozulmasına gətirib çıxara bilər. Paraktikada belə hallara yol verməmək və mübahisəli vəziyyətlər yaratmamaq üçün ənənəvi olaraq logistikanın məqsədi (strategiyası) marketinq və istehsalın məqsədlərinə (strategiyalarına) və ya əksinə uyğunlaşdırılır. Məsələn, marketinqin ali məqsədi istehlakçı bazarında konkret tələbi dolğun ödəmək və dəyişən tələbə çevik reaksiya vermək üçün istehsalı daima hazır vəziyyətdə saxlamaqdan ibarətdir. Deməli, onlar müəyyən həcmdə hazır məhsul ehtiyatına malik olmalıdırlar. Konkret olaraq istehsal və ya ondan sonrakı dövrlərdə hazır məhsul ehtiyatının yaradılması və saxlanması istehsalçı firma və şirkətlərdən müəyyən həcmdə maliyyə vəsaitləri tələb etdiyindən satış bölmələri onun həcmnin çoxaldılmasına o qədər də maraqlı deyillər. Lakin istehsal bölmələri üçün hazır məhsul ehtiyatının və satış həcmnin azaldılması və ya itirilməsi nöqtəyi-nəzərindən əlverişli hesab olunmur. Odur ki, logistika bir tərəfdən hazır məhsul ehtiyatını, digər tərəfdən isə bu məhsul istehsalı üçün zəruri olan material resursları üzrə ehtiyatları yaradan zaman «təchizat-istehsal-satış» sisteminin normal fəaliyyətini və bu sistem üzrə ümumi tarazlığı təmin etməlidir.

İqtisadi münasibətlərin tənzimlənməsinə dövlətin müdaxiləsi başlıca olaraq iki mühüm obyektiv zəruriyyətlə bağlıdır. Birincisi, logistik sistemin iştirakçılarının, o

cümlədən istehsalçılar, məhsulgöndərənlər və vasitəçilərin əsas məqsədi logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi ilə bağlı bütün tələbləri tam və dolğun ödəmək, habelə keyfiyyətli və etibarlı xidmət göstərməkdən ibarət olduğundan onlar üçün əlverişli iqtisadi mühit formalaşdırmalıdır. İkincisi, dövlət idarəetmə orqanları logistik sistemin iştirakçıları arasında və eləcə də bu sistemin iştirakçıları ilə özü arasındakı iqtisadi münasibətlərdə «oyun qaydalarını» müəyyənləşdirməli və ümumi maraqların qorunmasını təmin etməlidir.

İstehsal-texniki təyinatlı məhsullar bazarına və onun mühüm elementi olan topdan - vasitəçilik strukturlarına logistik xidmət göstərilən zaman dövlətin idarəetmə metodlarına:

1. Uzunmüddətli, ortamüddətli və qısamüddətli perspektiv üçün dövlət proqnozlaşdırılması (strateji idarəetmə);
2. Ümumlogistik sistemi və ya dövrəni iqtisadi və hüquqi metodlarla dolayı idarəetmə;
3. İnfrastrukturun inkişaf etdirilməsinin elmi-metodiki təminatı və onun əlaqələndirilməsi (indikativ idarəetmə);
4. Əmtəə bazarının və onun infrastrukturunun iqtisadi və təşkilati - hüquqi metodların köməyi ilə birbaşa idarə edilməsi aid olunur.

Dövlət idarəçiliyinin qeyd edilən bu metodlarından istifadə edilməsi o halda effektiv olur ki, onlar müşahidə (monitorinq) sisteminə və logistik vasitəçilərin fəaliyyətlərinin analitik qiymətləndirilməsinə əsaslansın. Belə sistem aşağıdakı tələbləri ödəməlidir:

- informasiyaların işlənməsi və ötürülməsini həyata keçirən müasir texniki vasitələrin imkanlarına uyğunlaşan olmalıdır;
- ilkin və ya təkrar informasiyaların yığılması (sahə və kabinet) və emal olunması proseslərinin diskret xarakterə malik olmasını nəzərə almalıdır;
- tədqiqatçıların bilavasitə iştirakı ilə müəyyənləşdirilən göstəricilər üzrə müşahidə aparılmalı və iqtisadi sahələr, habelə regionlar səviyyəsində həyata keçirilməlidir.

Təhlilin aparılması prosesində dövlət idarəçiliyinin ali - son məqsədi, idarəetmə sisteminin sosial - iqtisadi effektivliyi, idarəedici alt sistemlərin iqtisadi effektivliyi, logistik-vasitəçilik fəaliyyətin inkişaf meyllərini birbaşa və dolaylı əks etdirən göstəricilər nəzərə alınmalıdır.

Logistik sistemlərin fəaliyyətinə monitoring mexanizmindən istifadə etməklə dövlət müdaxiləsi:

- a) məsləhət (logistik sistemin iştirakçıları üçün təsərrüfat fəaliyyətinin təşkili texnologiyasının indikativ qaydalarını müəyyənləşdirir, onu xarakterizə edən göstəricilərin uçot və təhlilini əlaqələndirir, infrastruktur subyektlərini elmi-metodiki vasitələrlə təmin edir);

Dolaylı idarəetmə üsulları isə imtiyaz bazarının quruluşunun tərəqqisini, məlumat axınlarının əlaqələndirilməsini, innovasiya siyasətinin tərtib edilməsini və onun əlverişliliyinə yiyələnməsini, həmçinin logistik idarəetmələrdə inteqrasiya əməliyyatlarının möhkəmləndirilməsini qeyd edir. Bu vaxt yeni logistik idarəetmələrə servisin normallaşdırılması məqsədilə indikativ idarəetmə üsullarından da faydalanılır. Həm məsləhət, həm də bilavasitə və dolaylı idarəetmə üsullarından faydalanan zamanı dövlətin qayəsi logistik idarəetmənin bütün üzvlərinin normal fəaliyyət etmələri üçün normativ-hüquqi mənbə tərtib etmək və bunun qayəsi səmərəli iqtisadi şərait düzəltməkdən ibarətdir. Ya da ki, səmərəli iqtisadi mühitin yaradılması və onun tərəqqi etdirilməsi dövlətin nizamlaşdırma mexanizmləri tərəfindən yerinə yetirilir.

- a) Bu nöqteyi - nəzərdən dövlət tənzimlənməsi əmtəə bazarının infrastrukturunun formalaşması və inkişaf etdirilməsində, logistik sistemin bütün iştirakçılarının selektiv maliyyə baxımından həvəsləndirilməsində regional idarəetmə orqanlarının aktiv iştirakını nəzərdə tutur. Aydın ki, burada həvəsləndirmə yalnız və yalnız aşağıda müəyyən edilmiş öhdəlikləri:

- yeni xidmət növlərinə malik olan və onu həyata keçirən;
- sosial sferanın maddi-texniki təminatı ilə tələb olunan səviyyədə məşğul olan;

dövlət ehtiyacları və fəvqəladə hallar üçün məhsul-göndərmələri yerinə yetirən logistik sistemin iştirakçılara şamil olunur.

Dövlətin iqtisadi həvəsləndirmə vasitələrinə isə:

- a) müəssisələrin optimal inkişafı və onların fəaliyyət spektrinin genişlənməsi üçün investisiya kimi istifadə olunan gəlirlərdən tutulan vergi dərəcələrinin səviyyəsini azaltmaq;
- b) yeni növ logistik xidmətlərin göstərilməsi üçün müəssisələrə kreditlərin ayrılmasına köməklik göstərmək;
- c) sosial sferaya mənsub olan təşkilatlara xidmət göstərən və dövlət ehtiyacları üçün məhsul-göndərmələri həyata keçirən müəssisələrə güzəştli kreditlərin verilməsini təmin etmək;
- ç) məhsulların tədarükəti, daşınması və fəvqəladə hallar üçün onların sığorta ehtiyatının yaradılması kimi əməliyyatları yerinə yetirən zaman güzəştli kreditlər ayırmaq;
- d) dövlət ehtiyacları üçün anbarlara gətirilən məhsulların daşınmasıyla əlaqədar nəqliyyat xərclərini hissə – hissə ödəmək;
- e) material axınlarının rəşional təşkilində aktiv iştirak edən müəssisələrin tədiyyə borclarını silmək;
- ə) nəqliyyat terminallarının və regional tə'yinatlı anbar obyektlərinin inkişafı üçün nəzərdə tutulan yerli büdcə xərclərinə qənaət edən logistik sistemin iştirakçılarının tədiyyə borclarının əvvəlcədən razılaşıdırılmış şərtlər daxilində silinməsini həyata keçirmək.

Qeyd edildiyi kimi, dövlətin məsləhət və dolaylı idarəetmə metodlarıyla yanaşı birbaşa idarəetmə - təbii inhisarın tənziqlənməsi metodundan da geniş istifadə olunur. Azərbaycanda bu idarəetmə metodu nəqliyyat terminalları tərəfindən dəmir yolu daşımaları və coğrafi baxımdan çətin hesab olunan rayonlara məhsuldaşımalarla əlaqədar xidmətin göstərilməsi zamanı tətbiq edilir. Təbii inhisarın dövlət tənziqlənməsi hər şeydən əvvəl göstərilən xidmətlərin qiymətlərini (tarifləri), bu qiymətlərin yol verilən maksimum həddinin

müəyyənləşdirilməsindən və eləcə də təbii inhisar obyektlərinin fəaliyyətinə nəzarətin həyata keçirilməsindən ibarətdir.

Əmtəə bazarı və onun infrastrukturunun birbaşa iqtisadi tənzimlənməsi metodlarına dövlət ehtiyacları üçün nəzərdə tutulan məhsul göndərmələrin təmin edilməsi mexanizmi də aid edilir. Bu zaman məqsədli proqramların yerinə yetirilməsi üçün dövlət sifarişləri paketinin formalaşması üzrə xarici, məsələn ABŞ-ın təcrübəsindən istifadə olunmalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, əksər ölkələrdə dövlət sifarişləri bazar sisteminin mühüm elementini təşkil edir və bir sıra seqmentlər üçün isə əhəmiyyətli dərəcədə bazar konyukturasını müəyyənləşdirir. Təkcə ABŞ-ın iqtisadiyyatında dövlət sifarişləri əmtəəlik məhsulların geniş nomenklaturasını əhatə etməklə bərabər ümummillə məhsulun 20% - ni təşkil edir. Bu baxımdan dünya təcrübəsi bir daha sübut edir ki, dövlətin tədarükət bazarı iqtisadi proseslərin dövlət tənzimlənməsinin kifayət qədər mühüm vasitəsi hesab olunur.

Müasir iqtisadi şəraitdə ölkəmizin bu sahədə mövcud olan iqtisadi təcrübəsini analitik qiymətləndirmiş olsaq görərik ki, dövlət ehtiyaclarının təmin edilməsi sistemi formalaşmaq ərəfəsindədir. Bu sahədə ən ciddi problem dövlət tədarükəti üçün büdcə vəsaitlərinin səmərəli xərclənməsinin təmin edilməsi məsələsidir. Odur ki, dövlət idarəetmə aparatı tərəfindən müsabiqə yolu ilə ticarətin aparılması və tenderlərin keçirilməsinin təşkili məsələnin birbaşa həlli vasitəsi hesab olunur.

Azərbaycan Respublikasında material axınlarının idarə edilməsinin təşkili idarəetmə orqanları tərəfindən müəyyənləşdirilən vəzifələrin yerinə yetirilməsindən və funksiyaların əlaqələndirilməsindən ibarətdir. Dövlət idarəetmə strukturlarının respublika, regional və yerli idarəetmə səviyyəsində vəzifələri:

- a) material axınlarının hərəkəti ilə bağlı proseslərin və malötürücü şəbəkələrin inkişafı üçün dövlətin elmi-texniki siyasətinin hazırlanması və onun həyata keçirilməsi;
- b) əmtəə bazarının infrastrukturunun formalaşması;

- c) iqtisadi idarəetmə metodlarından istifadənin intensivliyinin artırılması;
- ç) material axınlarının təşkili üzrə əmtəə bazarı subyektlərinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsindən ibarətdir.

Göründüyü kimi hər bir struktur sadalanan və sadalanmayan bu və ya digər logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsinə özlərinin özəl maraqları kondeksindən yanaşırlar. Ona görə də bu strukturlar arasında ümumi maraq dairəsi müəyyənləşdirilməli və təmin edilməlidir.

Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən əksər dövlətlərdə əmtəə bazarı infrastrukturunun spesifik xüsusiyyəti bu bazarda qeyri - mərkəzləşdirmə prinsipinə əsaslanan ayrı-ayrı müstəqil təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətini dövlət idarəçiliyi ilə üzvü əlaqələndirməkdən ibarətdir. Bu yolla inkişaf edən ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, məhz milli iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi və dünya təsərrüfat sistemilə əlaqələrin genişləndirilməsi üçün bazar münasibətləri istehsal və məhsul mübadiləsi sferasının dövlət tərəfindən iqtisadi və hüquqi metodlarla tənzimlənməsini tələb edir. İqtisadi münasibətlərin tənzimlənməsinə dövlətin müdaxiləsi başlıca olaraq iki mühüm obyektiv zəruriyyətlə bağlıdır. Birincisi, logistik sistemin iştirakçılarının, o cümlədən istehsalçılar, məhsulgöndərənlər və vasitəçilərin əsas məqsədi logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi ilə bağlı bütün tələbləri tam və dolğun ödəmək, habelə keyfiyyətli və etibarlı xidmət göstərməkdən ibarət olduğundan onlar üçün əlverişli iqtisadi mühit formalaşdırmalıdır. İkincisi, dövlət idarəetmə orqanları logistik sistemin iştirakçıları arasında və eləcə də bu sistemin iştirakçıları ilə özü arasındakı iqtisadi münasibətlərdə «oyun qaydalarını» müəyyənləşdirməli və ümumi maraqların qorunmasını təmin etməlidir.

İstehsal-texniki təyinatlı məhsullar bazarına və onun mühüm elementi olan topdan - vasitəçilik strukturlarına logistik xidmət göstərilən zaman dövlətin idarəetmə metodlarına:

1. Uzunmüddətli, ortamüddətli və qısamüddətli perspektiv üçün dövlət proqnozlaşdırılması (strateji idarəetmə);

2. Ümumlogistik sistemi və ya dövrəni iqtisadi və hüquqi metodlarla dolayı idarəetmə;

3. İnfrastrukturun inkişaf etdirilməsinin elmi-metodiki təminatı və onun əlaqələndirilməsi (indikativ idarəetmə);

4. Əmtəə bazarının və onun infrastrukturunun iqtisadi və təşkilati - hüquqi metodların köməyi ilə birbaşa idarə edilməsi aid olunur.

Dövlət idarəçiliyinin qeyd edilən bu metodlarından istifadə edilməsi o halda effektiv olur ki, onlar müşahidə (monitorinq) sisteminə və logistik vasitəçilərin fəaliyyətlərinin analitik qiymətləndirilməsinə əsaslansın. Belə sistem aşağıdakı tələbləri ödəməlidir:

- informasiyaların işlənməsi və ötürülməsini həyata keçirən müasir texniki vasitələrin imkanlarına uyğunlaşan olmalıdır;
- ilkin və ya təkrar informasiyaların yığılması (sahə və kabinet) və emal olunması proseslərinin diskret xarakterə malik olmasını nəzərə almalıdır;
- tədqiqatçıların bilavasitə iştirakı ilə müəyyənləşdirilən göstəricilər üzrə müşahidə aparılmalı və iqtisadi sahələr, habelə regionlar səviyyəsində həyata keçirilməlidir.

Təhlilin aparılması prosesində dövlət idarəçiliyinin ali - son məqsədi, idarəetmə sisteminin sosial - iqtisadi effektivliyi, idarəedici alt sistemlərin iqtisadi effektivliyi, logistik-vasitəçilik fəaliyyətin inkişaf meyllərini birbaşa və dolayı əks etdirən göstəricilər nəzərə alınmalıdır.

Logistik sistemlərin fəaliyyətinə monitorinq mexanizmindən istifadə etməklə dövlət müdaxiləsi:

- a) məsləhət (logistik sistemin iştirakçıları üçün təsərrüfat fəaliyyətinin təşkili texnologiyasının indikativ qaydalarını müəyyənləşdirir, onu xarakterizə edən göstəricilərin uçot və təhlilini əlaqələndirir, infrastruktur subyektlərini elmi-metodiki vasitələrlə təmin edir);
- b) dolayı idarəetmə (logistik sistemin ayrı-ayrı iştirakçılarını iqtisadi cəhətdən müdafiə edir və onlar üçün normal iqtisadi mühit formalaşdırır, əmtəə bazarının

infrastrukturunu inkişaf etdirir, səmərəli innovasiya siyasəti həyata keçirir, informasiya axınlarının əlaqələndirir, logistik sistemlər daxilindən inteqrasiya proseslərini inkişaf etdirir və bu prosesləri hüquqi cəhətdən tənzimləyir);

c) təbii inhisarçı kimi infrastrukturun hər bir elementini (məsələn, dövlət tədarükəti) birbaşa idarəetmə metodları vasitəsilə həyata keçirilir.

Dövlət idarəetmə orqanları (yerli, regional və ya respublika) proqnoz qiymətləndirmə yolu ilə logistik sistemin və onun vasitəçilərinin fəaliyyətinə nəzarət edir. Nəzarət zamanı toplanan informasiyalar əsasında isə logistik sistemin inkişafına təsir göstərəcək məsləhət və informasiya xarakterli metodiki materiallar hazırlanır.

Bu materiallar adətən aşağıdakı:

- müxtəlif logistik sistemlər və vasitəçilərin xüsusiyyətləri, onların fəaliyyətini xarakterizə edən ilkin və yekun gös-təricilər haqqında informasiyalar;
- logistik sistemin iştirakçılarının mütərəqqi təcrübəsi haqqında informasiyalar;
- logistik sistem daxilində vasitəçilik fəaliyyətinin metod və formaları, onun səmərəliliyinin yüksəldilməsi üzrə məsləhətlər;
- ümumən logistik sistemin və vasitəçilərin fəaliyyətlərini yaxşılaşdırmaq məqsədi daşıyan müxtəlif səpkili təlimatlar və metodiki tövsiyələrdən ibarətdir.

Beləliklə, məsləhət metodunun köməyi ilə logistik sistemlərin fəaliyyətinə dövlət müdaxiləsi hər şeydən əvvəl logistik sistemin bütün iştirakçılarının fəaliyyətlərinin əlaqələndirilməsində, qabaqcıl təsərrüfatçılıq təcrübəsi haqqında informasiyalarla təminatın yaxşılaşdırılmasında, elm və texnikanın yeni nailiyyətlərinin logistik sistemlərə tətbiq edilməsində ifadə olunur.

Bu nöqtəyi - nəzərdən dövlət tənzimlənməsi əmtəə bazarının infrastrukturunun formalaşması və inkişaf etdirilməsində, logistik sistemin bütün iştirakçılarının selektiv maliyyə baxımından həvəsləndirilməsində regional idarəetmə orqanlarının aktiv iştirakını nəzərdə tutur. Aydındır ki, burada həvəsləndirmə yalnız və yalnız aşağıda müəyyən edilmiş öhdəlikləri:

- gəlirlərini ilk növbədə yönəldən;

- yeni xidmət növlərinə malik olan və onu həyata keçirən;
- sosial sferanın maddi-texniki təminatı ilə tələb olunan səviyyədə məşğul olan;
- dövlət ehtiyacları və fəvqəladə hallar üçün məhsul-göndərmələri yerinə yetirən logistik sistemin iştirakçılarına şamil olunur.

Dövlətin iqtisadi həvəsləndirmə vasitələrinə isə:

- a) müəssisələrin optimal inkişafı və onların fəaliyyət spektrinin genişlənməsi üçün investisiya kimi istifadə olunan gəlirlərdən tutulan vergi dərəcələrinin səviyyəsini azaltmaq;
- b) yeni növ logistik xidmətlərin göstərilməsi üçün müəssisələrə kreditlərin ayrılmasına köməklik göstərmək;
- c) sosial sferaya mənsub olan təşkilatlara xidmət göstərən və dövlət ehtiyacları üçün məhsul-göndərmələri həyata keçirən müəssisələrə güzəştli kreditlərin verilməsini təmin etmək;
- ç) məhsulların tədarükəti, daşınması və fəvqəladə hallar üçün onların sığorta ehtiyatının yaradılması kimi əməliyyatları yerinə yetirən zaman güzəştli kreditlər ayırmaq;
- d) dövlət ehtiyacları üçün anbarlara gətirilən məhsulların daşınmasıyla əlaqədar nəqliyyat xərclərini hissə – hissə ödəmək;
- e) material axınlarının rəşional təşkilində aktiv iştirak edən müəssisələrin tədiyyə borclarını silmək;
- ə) nəqliyyat terminallarının və regional tə'yinatlı anbar obyektlərinin inkişafı üçün nəzərdə tutulan yerli büdcə xərclərinə qənaət edən logistik sistemin iştirakçılarının tədiyyə borclarının əvvəlcədən razılaşıdırılmış şərtlər daxilində silinməsini həyata keçirmək.

Qeyd edildiyi kimi, dövlətin məsləhət və dolayı idarəetmə metodları ilə yanaşı birbaşa idarəetmə - təbii inhisarın tənzimlənməsi metodundan da geniş istifadə olunur. Azərbaycanda bu idarəetmə metodu nəqliyyat terminalları tərəfindən dəmir yolu daşımaları və coğrafi baxımdan çətin hesab olunan rayonlara məhsuldaşımalarla əlaqədar xidmətin göstərilməsi zamanı tətbiq edilir. Təbii

inhisarın dövlət tənzimlənməsi hər şeydən əvvəl göstərilən xidmətlərin qiymətlərini (tarifləri), bu qiymətlərin yol verilən maksimum həddinin müəyyənləşdirilməsindən və eləcə də təbii inhisar obyektlərinin fəaliyyətinə nəzarətin həyata keçirilməsindən ibarətdir.

Əmtəə bazarı və onun infrastrukturunun birbaşa iqtisadi tənzimlənməsi metodlarına dövlət ehtiyacları üçün nəzərdə tutulan məhsulqöndərmələrin təmin edilməsi mexanizmi də aid edilir. Bu zaman məqsədli proqramların yerinə yetirilməsi üçün dövlət sifarişləri paketinin formalaşması üzrə xarici, məsələn ABŞ-ın təcrübəsindən istifadə olunmalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, əksər ölkələrdə dövlət sifarişləri bazar sisteminin mühüm elementini təşkil edir və bir sıra seqmentlər üçün isə əhəmiyyətli dərəcədə bazar konyukturasını müəyyənləşdirir. Təkcə ABŞ-ın iqtisadiyyatında dövlət sifarişləri əmtəəlik məhsulların geniş nomenklaturasını əhatə etməklə bərabər ümummilli məhsulun 20% - ni təşkil edir. Bu baxımdan dünya təcrübəsi bir daha sübut edir ki, dövlətin tədarükat bazarı iqtisadi proseslərin dövlət tənzimlənməsinin kifayət qədər mühüm vasitəsi hesab olunur.

Müasir iqtisadi şəraitdə ölkəmizin bu sahədə mövcud olan iqtisadi təcrübəsini analitik qiymətləndirmiş olsaq görərik ki, dövlət ehtiyaclarının təmin edilməsi sistemi formalaşmaq ərəfəsindədir. Bu sahədə ən ciddi problem dövlət tədarükatı üçün büdcə vəsaitlərinin səmərəli xərclənməsinin təmin edilməsi məsələsidir. Odur ki, dövlət idarəetmə aparatı tərəfindən müsabiqə yolu ilə ticarətin aparılması və tenderlərin keçirilməsinin təşkili məsələnin birbaşa həlli vasitəsi hesab olunur.

Azərbaycan Respublikasında material axınlarının idarə edilməsinin təşkili idarəetmə orqanları tərəfindən müəyyənləşdirilən vəzifələrin yerinə etirilməsindən və funksiyaların əlaqələndirilməsindən ibarətdir. Dövlət idarəetmə strukturlarının respublika, regional və yerli idarəetmə səviyyəsində vəzifələri:

a) material axınlarının hərəkəti ilə bağlı proseslərin və malötürücü şəbəkələrin inkişafı üçün dövlətin elmi-texniki siyasətinin hazırlanması və onun həyata

keçirilməsi;

b) əmtəə bazarının infrastrukturunun formalaşması;

c) iqtisadi idarəetmə metodlarından istifadənin intensivliyinin artırılması;

ç) material axınlarının təşkili üzrə əmtəə bazarı subyektlərinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsindən ibarətdir.

Sadalanan bu vəzifələrin həlli üçün respublika və yerli idarəetmə orqanları aşağıdakı əsas funksiyaları yerinə yetirməlidirlər:

- yaxın və uzaq xarici ölkələrlə, respublika daxilində ayrı - ayrı firma və şirkətlərlə səmərəli təsərrüfat əlaqələrinin qurulmasını təmin edən malötürücü (mal yeridilişi) şəbəkələrin inkişafı üzrə proqnozlar hazırlamaq;

- məhsul istehsalçıları və istehlakçıları arasında birbaşa təsərrüfat əlaqələrinin qurulması zamanı logistik sistemlərdə material axınlarının yeni forma, metod və texnologiyasını müəyyənləşdirmək;

- material axınları prosesini və malötürücü şəbəkələrin fəaliyyətini təmin edən informasiya sistemlərini formalaşdırmaq;

- material axınlarının hərəkətinin tənzimlənməsinə xidmət edən iqtisadi normativlərin səmərəli tətbiqi üçün elmi cəhətdən əsaslandırılmış.

Qeyd etmək lazımdır ki, məhz kiçik və orta sahibkarlıq Azərbaycanda geniş yayılmışdır və hazırda demək olar ki, bu ticarət obyektləri özəlləşdirilmişdir. Məhz belə obyektləridə əsas istehsal - kommərsiya fəaliyyəti həyata keçirilir.

İstehsal – kommərsiya müəssisələrinin fəaliyyəti hər şeydən öncə «İstehlakçıların Hüquqlarının Qorunması Haqqında» qanunla tənzimlənilir . (maddə 3)Qanunla istehsal–kammərsiya fəaliyyətində istehlakçıların hüquqlarına aşağıdakılar aiddir :

- Əmtəə və onların istehsalçılarının , icraçılarının və satıcılarının azad seçimi ;
- İstehsal olunan əmtəənin lazımi keyfiyyəti və əmtəənin təhlükəsizliyi ;
- Əmtəənin keyfiyyəti , çeşidi və miqdarı haqqında tam və dürüst məlumatın alınması;

- Qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş hallarda keyfiyyətsiz əmtəyə istehlakçının itkiləri ,eləcə de insan həyat və sağlamlığı üçün təhlükəli malların vurduğu zərərin ödənilməsi;
- İstehlakçıların hüquqlarının və qanuni maraqlarının müdafiəsi üçün məhkəməyə və digər səlahiyyətli orqanlara müraciət hüququ.

Müəssisənin istehsal-kommersiya müəssisələri öz fəaliyyətlərində istehlakçının əmtəənin lazımi keyfiyyətinə olan hüququnu mütləq nəzərə almalıdır (maddə 5), Burada qeyd olunurki, əmtəənin keyfiyyətinin normativ sənədlərin tələblərinə cavab verməsini tələb etmək hüququna malikdir; satıcı müştəriyə keyfiyyət tələblərinə cavab verən əmtəəni eləcə də onun haqqında digər zəruri məlumatları təqdim etməyə borcludur .

Azərbaycan Respublikasının ərazisində olan qarşılıqlı malların keyfiyyətini təsdiq edən qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş sənədi sertifikatı olmalıdır.

İstehsalçı əmtəənin xidmət müddəti ərzində təinatı üzrə istifadə olunması imkanını təmin etməyə borcludur.

Azərbaycan Respublikasının «Müəssisələr Haqqında» Qanununda [2] kommersiya fəaliyyətinin nizamlanmasında dövlətin rolu haqqında danışılarkən qeyd edilir ki, dövlət, mülkiyyət və təşkilatı hüquqi formasından asılı olmayaraq bütün müəssisələrin maraq və hüquqlarının qorunulması üçün bərabər şərtlərə zəmanəti verir. Təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirərkən müəssisələr özlərinin xüsusi istəkləri ilə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə qeyri-zidd qərarlar qəbul etmək hüququna malikdirlər.

Bu Qanunun 25-ci maddəsində göstərilir ki , dövlət müəssisələrin əmlak hüquqlarının qorunmasına zəmanət verir, yəni Azərbaycanın qanunvericiliyində vurğulanan vəziyyətlər müstəsna olmaqla, əsas fondlar, dövriyyə vəsaiti və müəssisənin digər əmlakı müsadirə edilə bilməz.

İstehsal - kommersiya fəaliyyəti muzzdlu əməyin cəlb olunması, həm də cəlb olunmaması ilə həyata keçirilə bilər.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Apardığımız tədqiqatı ümumiləşdirərək aşağıdakı nəticələrə gəlmişik:

1. «Kommersiya» (commercium)-latın mənşəli söz olub, hərfi tərcüməsi «ticarət», «ticarət əməliyyatları» mənasını verir. «Kommersiya» sözünün bu ilkin mənası çox zaman onun “ticarət anlayışı ilə eyniləşdirilməsinə səbəb olmuşdur. Lakin istənilən halda, kommersiya ticarətdən daha geniş bir məfhumdur. Müasir dövrdə «kommersiya təşkilatı» dedikdə, öz fəaliyyətindən gəlir götürmək üçün yaradılan hüquqi şəxs başa düşülür, İstehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyəti isə, müəssisənin tədarük (istehsal) və satış fəaliyyətini həyata keçirmək üçün hüquqi normalar çərçivəsində daxili və xarici bazarlarda apardığı bütün işlərin məcmusudur.

2.«Kommersiya» anlayışı ilə yanaşı, «kommersant» məfhumu da işlənir və çox zaman istehsal edilmiş məhsulun satılmasını təşkil edən şəxs nəzərdə tutulur. Belə hesab edirik ki, kommersant dedikdə, mənfəət əldə etmək məqsədi ilə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində kommersiya işinin səmərəli təşkili və idarə olunması variantlarını təhlil edərək ən optimal variant seçən, lazım gəldikdə isə onu iqtisadi cəhətdən əsaslandırma bilən mütəxəssis başa düşülməlidir. İstehsal ilə məşğul olan müəssisə-sahibkar ümumi (ham alıcı və həm də satıcı) funksiyah kommersant hesab edilə bilər.

3.Müasir dövrdə istehsal müəssisələrində xüsusilə satış istiqamətində həyata keçirilən kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsində marketinq və logistikanın rolu xüsusilə böyükdür. İstehsal müəssisəsində marketinq fəaliyyəti - kommersiya fəaliyyətinin müxtəlif aspektlərinin əlaqələndirilməsi, tələb-təklif göstəricilərinin təhlili əsasında müəssisənin tədarük və satış fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin səmərəliliyini təmin edə bilən kompleks tədbirlər sistemidir. Logistika isə, məhsulun və onu istehsal və mübadilə sferasında müşayiət edən informasiya axınlarının müəssisə daxilində və müəssisədən kənarında hərəkətinin səmərəliliyinin analizinin nəzəriyyə və praktikasının məcmusudur.

Ümumiyyətlə, logistika daha çox təkrar istehsal prosesinin tədavülü sferasına xas olan integrativ keyfiyyətləri özündə birləşdirir. Təsadüfi deyil ki, bu sahədə tədqiqat aparan alim və mütəxəssislər, habelə praktik işçilər bunu marketing logistikası adlandırırlar. Müasir iqtisadi şəraitdə bu söz birləşməsi məhsulun istehsal prosesindən sonrakı mərhələsi (dövrü) üçün logistikanın xarakterik xüsusiyyətlərini, onun yerinə yetirdiyi funksional vəzifələri dəqiq əks etdirir. Marketing və logistika sadəcə bir-birini əvəz etmək, tamamlamaqla yanaşı, bir-birilə qarşılıqlı əlaqə və asılılıqda fəaliyyət göstərilir. Əgər bir tərəfdən logistika satış sferasında marketingin taktika və strategiyasının reallaşdırılması vasitəsi kimi çıxış edirsə, digər tərəfdən marketing tədavül sferasında (məhsulların fiziki bölüşdürülməsi və satışı prosesində) logistik strategiya və taktikaların həyata keçirilməsi üçün əlverişli mühit formalaşdırır və ona xidmət göstərir [14, 201].

Deməli, logistik idarəetmə mexanizminə marketing sistemi də daxil edilir. Marketing və logistik menecment arasında qarşılıqlı əlaqə, hər şeydən əvvəl, firmanın satış sistemi və onun təşkilində təzahür edir.

Bir çox istehsal müəssisələrində yaradılmaqda olan logistika şöbələri mövcud analitik, statistik xidmətləri, həmçinin xarici ölkələrə məhsul satışı ilə məşğul olan müəssisələrdə gömrük şöbələrini özündə birləşdirir. Logistika şöbəsi müəssisəyə adı çəkilən bu şöbələrin hər birinin ayrılıqda verdiyi xeyirdən çox xeyir gətirmək imkanına malikdir, çünki onun imkanları planlaşdırma, analiz və s.-dən daha genişdir. Təsadüfi deyil ki, Q.L.Baqiyev və digərləri Almaniyada iqtisadiyyatın sahələrindən asılı olaraq müəssisələrdə logistikaya çəkilən xərclərin həcmnin ümumi dövriyyənin 10-30%-ini təşkil etdiyini qeyd edirlər.

Beləliklə, apanılmış tədqiqatlara əsaslanaraq, biz belə nəticəyə gəlirik ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsalın ayrı-ayrı sahələrində informasiya təminatının bazasında aşağıdakı iqtisadi informasiya sistemləri ön plana keçməlidir.

1. Marketing sahəsindəki informasiya sistemi. Bu halda müəssisədə yeni məhsul istehsalı və nişanları üzrə, məhsulun qiyməti üzrə, satışın və daşınmanın

(nəqliyyatın) təşkili üzrə, maliyyə xərcləri üzrə, mənfəətdən ayırmalar üzrə, resurslar təminatı üzrə, idarə aparatının saxlanması xərcləri üzrə, bazar infrastrukturunu və s. üzrə məlumatlar informasiya təminatında öz əksini tapmalıdır.

2. Maliyyə fəaliyyəti sahəsindəki İnformasiya sistemi. Bu halda mənfətinin, gəlirlərin (o, cümlədən satışdan əldə olunan gəlirlər) formalaşması üzrə, məhsulların və xidmətlərin istehsal xərcləri və maya dəyəri üzrə, səhmlər üzrə, kreditlər və s. üzrə məlumatlar informasiya təminatının nüvəsini təşkil etməlidir.

3. Uçot sahəsindəki informasiya sistemi. Bu halda operativ uçot üzrə, maliyyə uçotu üzrə, hesabatlar üzrə, gəlirlər və mənfəət uçotu üzrə, müəssisənin xüsusi kapitalı və pul vəsaitlərinin uçotu üzrə, debitor-kreditor borcları və s. üzrə məlumatlar informasiya təminatında öz əksini tapmalıdır.

4. Deməli, idarəetmənin informasiya təminatı həm iqtisadi baxımından, həm də idarəetmə baxımından zəruridir. İdarəetmənin təkmilləşdirilməsinin əsası kimi, informasiya təminatının təkmilləşdirilməsi, onun müstəqil və sərbəst araşdırılması, idarəetmə ilə informasiya təminatı arasında korrelyasiyanın tapılması perspektiv idarəçilik üçün təşkilatı baxımından əhəmiyyətlidir.

Bu məqsədlə, informasiya tələbatı anlayışı, informasiya tələbatının ödənilməsi mənbələri, texnologiyası, stimullaşdırılmasının iqtisadi əsasları, təşkilatı, iqtisadi idarəetmə məsələləri verilməlidir.

Beləliklə, istehsal – kommersiya müəssisələrinin hüquq və vəzifələri ölkənin mövcud qanunvericilik və normativ hüquqi aktlarla müəyyənləşdirilmişdir, bunların arasında müəssisələr, mülkiyyət, müəssisələr və sahibkarlıq fəaliyyəti, icarə, torpaq, səhmdar cəmiyyətləri, müştərəklər müəssisələr, kooperasiya haqqında Qanunları göstərmək olur. Bununla əlaqədar olaraq bütün müəssisələrə, onların hüquqi- təşkilatı formalarından asılı olmayaraq, aid olan ümumi hüquq və vəzifələri ayırmaq olar.

Ədəbiyyat

Azərbaycan dilində

1. “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1996.
2. “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1995.
3. “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, “Azərbaycan” qəzeti, 29 mart 1996 – cı il.
4. “Maliyyə–sənaye qrupları haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. “Biznesmenin bülleteni”, №38 (103). B.: 1996.
5. “Məhsulun (işin, xidmətin) maya dəyərinə daxil edilən xərclərin tərkibi haqqında” Əsasnamə, 16 avqust 1996–cı il tarixli Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 3 №li qərarı .
6. “Müəssisələr haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunu, Bakı, 1996.
7. “Müflisləşmə və iflas haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı.
8. “Patent” haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, “Biznesmenin bülleteni” № 51. Bakı.: 1997.
9. “Sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin fəaliyyətinin bir pəncərə” prinsipi üzrə təşkilinin təmin edilməsi” haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 25 oktyabr 2007–ci il tarixli 2458 sayılı Sərəncamı.
10. “Sahibkarlıq haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı, 1996.
11. 1995–1998–ci illərdə Azərbaycan Respublikasında dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsinin Dövlət Proqramı, Bakı, 1996.
12. Azərbaycan respublikasının Əmək Məcəlləsi. B.: Qanun, 2004.
13. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, Bakı, 1995.
14. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi. B.: Hüquq ədəbiyyatı, 2003.
15. F.Kotler “Marketinqin əsasları” (dərslük), B. 1993.
16. H.B.Allahverdiyev, K.S.Qafarov, Ə.M.Əhmədov “Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi” (dərslük) b. 2007.

17. İmanov T.İ. Logistikanın əsasları: II hissə Bakı, 2005
18. İqtisadi nəzəriyyə: Mikroiqtisadiyyat (dərslük, rus dilindən tərcümə), “Daşkov və Ko”, M. 2007.
19. Köhnəlmə (amortizasiya) hesablanmasının yeni (açıq) metodunun tətbiqi üzrə təlimat. Mühasibat işi (normativ sənədlər toplusu), B.: Elm və həyat, 1998, səh 232 – 240.
20. T.Ə.Hüseynov “Firmanın iqtisadiyyatı” (dərslük), B. 2009.
21. T.Hüseynov “Firmanın iqtisadiyyatı” (dərslük), B. 2009.
22. T.Quliyev “Menecmentin əsasları” (dərslük), B. 2001.
23. V.Niftullayev “ Sahibkarlığın əsasları”, B. 2002.
24. Z.S.Abdullayev, Z.Ə.Bağirova “Müəssisənin iqtisadiyyatı ” (dərslük), B. 2003.
25. Альтернатива: Выбор пути (перестройка управления и горизонты рынка) / Авт.кол.: Алиев В.Г., Безущенко О.И., Бобков В.Н. и др.-М.: Мысль, 2010.463 стр.
26. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: учебник.-М.: ТК Велби, Изд-во «Проспект», 2005. 432 стр.
27. Ахмедова А., Мамедов М. Глубокий кризис ковроткачества. Газета «Зеркало», 11.01.2015, № 6, стр.7.
28. Ахундов М.З, Проблемы перспективного развития совместных предприятий в промышленности Азербайджана. Дисс...канд. экон. наук., Баку, 2012. 150 стр,
29. Бабаджанов С.Г.Экономика предприятий швейной промышленности: Учебник для студ. сред. проф. учеб, заведений / С.Г.Бабаджанов, Ю.А.Доможиров. М.: Издательский центр «Академия», 2015. 320 стр.
30. Багиев ГЛ. и др, Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л.Багиев, В.М.Тарасевич, Х.Анн; Под общ.ред. Г.Л.Багиева,-М.: ОАО «Изд-во “Экономика”», 2011. 703 стр.

31. Большая Советская Энциклопедия, т. 22. Второе издание. Москва, Государственное научное издательство «Большая Советская Энциклопедия», 2013. стр. 169.
32. Вайнхолд-Штюнц Х. Маркетинг на малых и средних предприятиях // Проблемы теории и практики управления. 2012, № 3, с.72.
33. Виноградова С.Н., Пичунова О.В. Коммерческая деятельность: Учебник.-Минск.: «Вышэйшая школа», 2015, 352 стр.
34. Е.В.Харитоновна. Инновация как элемент инвестиционной политики предприятий в трансформационной экономике. Санкт – Петербург, 2007.
35. И.И. Добросердова, И.Н. Самонова, Р.Г. Попова «Финансы предприятий» Изд. «Питер», 2010
36. Крылов Э.И.и др. Анализ эффективности инвестиционной деятельности предприятия (dәrs vәsaiti), Финансы и статистика, М.: 2003.
37. М.И.Тертышник. Экономика предприятия. ИНФРА, М, 2005.
38. Сафронов Н.Экономика организации (предприятия) (dәrslik), М.:2004.
39. Т.Ю. Мазурина, Л.Г. Скамай, В.С. Гроссу «Финансы организаций (предприятий)», 2015
40. Экономика (dәrslik), « Prospekt» nәşriyyatı, III nәşri, М., 2008.
41. Экономика предприятия (dәrslik, IV nәşri), ЮНИТИ – ДАНА, М., 2007.
42. Экономика фирмы (dәrslik), ИНФРА – М., 2006.

Резюме

Логистика – это наука об управлении и оптимизации материальных, финансовых и информационных потоков, потоков услуг на основе применения современных технологий и наиболее прогрессивных экономических решений, интегрирующая внутренние и внешние материалопотоки и направленная на достижение конечных результатов.\

Логистическая операция – действие, связанное с возникновением, преобразованием или поглощением материального потока, ограниченное областью определенной логистической задачи (погрузкой, разгрузкой, затариванием, перевозкой, приемом и отпуском со склада, хранением, сортировкой, маркировкой и др.).

Логистическая функция – совокупность интегрированных логистических операций, направленных на достижение одной из поставленных перед логистической системой или ее элементами задач.

Материальный поток – материальные ресурсы, незавершенное производство, готовая продукция, к которым применяются логистические операции, связанные с физическим перемещением их в пространстве (погрузка, разгрузка), находящиеся в движении.

Логистическая система – это сложная организованная завершенная экономическая система, состоящая из взаимосвязанных звеньев, участвующих в едином процессе управления материальным и сопутствующими ему потоками и объединенных внутренними целями и задачами единой логистической системы организации.

Summary

Logistics is the science of managing and optimizing material, financial and information flows, service flows based on the application of modern technologies and the most progressive economic solutions, integrating internal and external material flows and aimed at achieving final results.

Logistic operation is an action associated with the emergence, transformation or absorption of a material flow, limited to a certain logistics task area (loading, unloading, packing, transportation, reception and release from storage, storage, sorting, marking, etc.).

Logistic function - a set of integrated logistics operations aimed at achieving one of the tasks assigned to the logistics system or its elements.

Material flow - material resources, work in progress, finished products, to which the logistics operations associated with the physical movement of them in space (loading, unloading), in motion.

Logistic system is a complex organized completed economic system consisting of interrelated links involved in a single process of managing material and related flows and united by internal goals and tasks of a single logistics system of the organization.

REFERATI

Mövzunun aktualığı. Müasir bazar iqtisadiyyatı sisteminin səmərəli formalaşması və inkişafının başlıca şərtlərindən biri istehsal firma və müəssisələri, şirkətlər və s. kimi təsərrüfat subyektlərində kommertiya əməliyyatlarının yerinə yetirilmə səviyyəsinin yüksəldilməsidir.

Hazırda Azərbaycanın istehsal müəssisələrində kommertiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün dövrün tələblərinə cavab verə bilən mütəşəkkil kommertiya strukturlarının təşkili sahəsində ciddi araşdırmaların aparılmasına böyük ehtiyac yaranmışdır. Məhz bütün bunlar tədqiqat obyektinin seçilməsini zəruri etmişdir.

Suverinlik illərində Azərbaycan bazar iqtisadiyyatı modelini özünə iqtisadi-inkişaf yolu seçmişdir. Ölkədə genişmiqyaslı və sistemli sosail – iqtisadi islahatlar həyata keçirilir. İstehsal və mübadilə sferasında material resurslarının təşkili və idarə edilməsində də əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir.

Hazırda ölkəmiz dünya iqtisadi sisteminə inamla inteqrasiya olunur. Belə şəraitdə bazar iqtisadiyyatının sərt tələbləri yerinə yetirməli və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, bütün müəssisələr özlərinin korporativ missiyalarının həyata keçirməlidir. Onların ən ümdə məsələləri isə istehsal xərclərinin hər vasitə ilə azaldılması, məhsul keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, çeşidinin artırılması hesabına bazar seqmetinin genişləndirilməsidir. İstehsal müəssisələri və mənfəətin həcmnin artırılmasına nail olmaq üçün mütərəqqi menecment və marketing metodlarını tətbiq etməli və işlək təsərrüfat mexanizminə malik olmalıdır.

Rəqabət mübarizəsinin hər vasitə ilə gücləndiyi şəraitdə hər bir təsərrüfat subyekti bütün növ resursların istehsal- tədavül sferasında səmərəli idarə edilməsini təmin etmək üçün müasir elm və təcrübi fəaliyyət sferası hesab edilən logistikaya böyük ehtiyac duyulur.

Problemin tədqiq səviyyəsi. Araşdırmalar göstərir ki, inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində bu sahədə çalışan alimlərin əsərlərində istehsal

müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinin təşkilinin ayrı-ayrı məsələləri (məsələn, bazanın öyrənilməsi, məhsul satışı) tədqiqat obyektini kimi diqqəti daha çox cəlb edir.

İstehsal kommersiya müəssisələrində logistik fəaliyyətinin təşkilinin öyrənilməsi məsələləri Müstəqil Dövlətlər Birliyi (MDB) məkanında, xüsusilə Rusiya və Belarusda F.Q.Pankratov, B.I.Sinetski, L.V.Osipova, İ.M.Sinyayeva, S.N.Tretyak, Y.V.Volkov, B.A.Anikir., S.N.Vinoqradova, O.V.Pişunova, V.P.Qruzinov və başqalarının əsərlərində əks olunmuşdur. Respublikamızın iqtisadçı alimlərindən M.Q.Ağamaliyevin, M.M.Məmmədrzayevin, .R.Paşayevin, Ə.X.Nuriyevin, V.T.Səfərovanın, T.Ə.Hüseynovun, T.N. Əliyevin, .Ə.Axundovun, Z.S.Abdullayevin, Z.Ə.Bağirovanın, X.Ə.Məmmədovun və digərlərinin əsərlərində kommersiya, o cümlədən satış, maddi-texniki təchizat (tədarük), marketing fəaliyyətinin müxtəlif nəzəri və praktiki aspektlərdən öyrənilməsi öz əksini tapmışdır. Lakin Azərbaycanın kommersiya müəssisələrində logistik işinin təşkili xüsusiyyətlərinin və həyata keçirilməsi ardıcılığının kompleks və sistemli şəkildə öyrənilməsi konkret tədqiqat mövzusu olmamışdır.

Tədqiqatın əsas məqsəd və vəzifələri. Dissertasiyada qarşıya qoyulan əsas məqsəd istehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyətinin təşkilinin nəzəri-metodoloji əsaslarının Azərbaycan şəraitinə tətbiqən təhlili və ümumiləşdirilməsi vasitəsilə Respublikanın istehsal müəssisələrində kommersiya xidməti logistik strukturlarının işinin müasir bazar iqtisadiyyatı sisteminin tələblərinə uyğun şəkildə təşkili və təkmilləşdirilməsi istiqamətində elmi-metodiki və praktiki təklif və tövsiyələrin işlənilməsindən ibarətdir.

Bu məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi qarşıya qoyulmuşdur:

- kommersiya fəaliyyəti sahəsində indiyədək aparılmış tədqiqatların öyrənilməsi və ümumiləşdirilməsi əsasında istehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyətinin təşkilinin başlıca xüsusiyyətlərinin, əsas prinsip və vəzifələrinin aşkara çıxarılması;

- istehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilatı strukturunun formalaşması sahəsində beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi, ümumiləşdirilməsi və müsbət cəhətlərinin Azərbaycanda istifadə imkanlarının müəyyən edilməsi;
- istehsal müəssisələrində kommersiya işinin həyata keçirilməsində marketing və logistikanın yerinin müəyyən edilməsinin nəzəri cəhətdən əsaslandırılması;
- istehsal-kommersiya müəssisələrinin nəzəri-metodoloji aspektlərinin elmi-metodika qoyuluşunun kompleks təhlili;
- istehsal - kommersiya müəssisələrinin əsas tipləri və vəzifələrinin eyni zamanda əsas təşkili xüsusiyyətlərinin müəyyənləşdirilməsi;
- **Logistika - istehsal-kommersiya müəssisələrinin müasir idarə edilmə vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsinin müfəssəl şəkildə aparılması**

Tədqiqatın obyektı Azərbaycanın istehsal-kommersiya müəssisələridir.

Tədqiqatın predmeti Azərbaycanın istehsal-kommersiya müəssisələrinin logistik fəaliyyətinin təşkilinin hazırkı vəziyyətinin müqayisəli təhlili və təkmilləşdirilməsidir.

Tədqiqat işinin nəzəri-metodoloji əsaslarını dünya və Azərbaycan iqtisadçı alimlərinin elmi əsərləri, onların apardıqları tədqiqatlar əsasında gəldikləri ümumiləşdirici nəticələr təşkil etmişdir.

Tədqiqat işi Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, ölkəmizdə sənaye müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinə bilavasitə aid olan qanunlar, Respublika Prezidentinin bu sahədə fərman və sərəncamları, Nazirlər Kabinetinin qərarlarına əsaslanmaqla aparılmışdır.

Tədqiqat prosesində elmi abstraksiya, müqayisə, statistik qruplaşdırma, təhlil və sorğu metodlarından istifadə edilmişdir

Tədqiqatın mənbələri və informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin, eyni zamanda, digər ölkələrdə fəaliyyət göstərən istehsal müəssisələrinin kommersiya sahəsindəki təcrübəsi ilə tanışlıq məqsədilə

internet resurslarına və dövrü mətbuata da müraciət olunmuşdur.

Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal müəssisələrinin kommersiya logistik fəaliyyətinin təşkilinin nəzəri-metodoloji əsasları bəzən öyrənilmiş, ümumiləşdirilmiş və müasir xüsusiyyətləri aşkara çıxarılmışdır;
- beynəlxalq təcrübə nəzərə alınmaqla istehsal müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinin logistik fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün göstəricilər sistemləşdirilmişdir;
- istehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsinin təşkilati strukturunun formalaşması sahəsində beynəlxalq təcrübə öyrənilmiş və ümumiləşdirilmişdir;
- istehsal müəssisələrində kommersiya fəaliyyətinin təşkilinin təkmilləşdirilməsinin metodoloji prinsipləri aşkara çıxarılmış və sistemləşdirilmişdir;
- istehsal müəssisələrinin kommersiya fəaliyyəti logistika ilə əlaqəli şəkildə tədqiq edilmişdir;
- **İşin aprobeşiyası və nəticələrinin tətbiqi.** Tədqiqat işinin əsas nəzəri müddəaları və nəticələrinə dair 1 məqalə və 1 teziz çap olunmuşdur.

İşin həcmi və quruluşu. Dissertasiya giriş, 3 fəsil, 9 yarımfəsil və nəticədən ibarətdir.