

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“AZƏRBAYCANDA SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT
QABİLİYYƏTLİLİYİNİN ARTIRILMASI YOLLARI”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Əşrəfov Anar Xəyyam

BAKİ-2021

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

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh oğlu

_____ **imza**

“ _____ ” _____ **20__-ci il**

“AZƏRBAYCANDA SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT
QABİLİYYƏTLİLİYİNİN ARTIRILMASI YOLLARI”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060409-Biznesin idarə edilməsi

İxtisaslaşma: Biznesin təşkili və idarə edilməsi

Qrup: 114

Magistrant:

Əşrəfov Anar Xəyyam oğlu

_____ **imza**

Elmi rəhbər:

i.e.d., prof. Hüseynova Arzu

Doğru qızı

_____ **imza**

Proqram rəhbəri

i.ü.f.d., dos. Şamxalova Samirə

Oqtay qızı

_____ **imza**

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar

Atakişi oğlu

_____ **imza**

BAKİ-2021

Elm andı

Mən, Anar Əşrəfov Xəyyam and içirəm ki, “Azərbaycanda sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması yolları” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

“AZƏRBAYCANDA SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTLİLİYİNİN ARTIRILMASI YOLLARI”

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktuallığı: Dünya iqtisadi inkişafı göstərir ki, bazar və rəqabət müasir iqtisadiyyatın inkişafı üçün əsas mexanizmdir, onun hərəkətindəki digər amillərdən daha güclü və təsirlidir. Bazarın fəaliyyətinin səmərəliliyi nə qədər yüksəkdirsə, rəqabət mexanizmi o qədər aktivdir və onun təzahürü üçün şərait daha yaxşıdır.

Tədqiqatın məqsədi: Dissertasiya işinin əsas məqsədi sənaye istehsalının rəqabət üstünlükləri və rəqabətqabiliyyətliliyinin öyrənilməsinin nəzəri əsaslarını nəzəri və praktik tövsiyələrin hazırlanmasıdır.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Marketing təhlili üsulları: PEST, SWOT, “Bazarın-bazarda payın artması tempi” tipli model (Artım matrisləri- Boston Konsaltinq Qrupu (BCG grup), Bazar (sahənin) cəlbediciliyi-şirkətin rəqabət qabiliyyəti” formalı model (GE/Mckinsey, Shell/DPM modeli) və s təşkil etməkdədir.

Tədqiqat işinin informasiya bazası: Daxili və xarici iqtisadçıların Sənaye müəssisəsinin rəqabət üstünlüklərinin formalaşması ilə əlaqəli nəzəriyyəsi və praktikası problemləri üzərində apardıqları işlər təşkil etmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Dissertasiya yazarkən hal hazırda olan pandemiya ilə bağlı kitabxanaların işləməməsi səbəbindən ən əsas yaranan məhdudiyyətlərdəndir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Sənaye istehsalının rəqabət üstünlükləri və rəqabətqabiliyyətliliyinin öyrənilməsinin nəzəri əsaslarını öyrənildi; fundamental elmi nəzəriyyələrin müqayisəli qiymətləndirilməsi əsasında müəyyən edilmiş rəqabət və rəqabət üstünlükləri anlayışları və çox səviyyəli təbiəti əks etdirən müasir tədqiqatların transformasiyası sistemləşdirilmişdir bu iqtisadi kateqoriyaların məzmun komponentləri;

Nəticələrin istifadə oluna biləcəyi sahələr: Tədqiqatın nəticələrindən əldə edilmiş əsas müddəalar, nəticələr və tövsiyələr ölkənin müxtəlif qanunverici və icraedici qurumları, işgüzar cəmiyyətlər, tədqiqat institutları və təşkilatlar tərəfindən sosial-iqtisadi inkişaf strategiyaları və proqramları, sənaye istehsalı sahələrində prioritet hazırlanarkən və sənaye və investisiya siyasətinin istiqamətlərində istifadə edilə bilər.

Açar sözlər: PEST, Rəqabət, İqtisadiyyat

“WAYS TO INCREASE THE CAPACITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN AZERBAIJAN”

SUMMARY

The actuality of the subject: World economic development shows that the market and competition are the main mechanism for the development of the modern economy, which is stronger and more influential than other factors in its movement.

Purpose and tasks of the research: The main purpose of the dissertation is to develop theoretical and practical recommendations for the study of the competitive advantages and competitiveness of industrial production.

Used research methods: Marketing analysis methods: PEST, SWOT, “Market-to-market share growth rate” model and so on.

The information base of the research: The work of domestic and foreign economists on the problems of theory and practice related to the formation of competitive advantages of the industrial enterprise.

Restrictions of research: One of the main limitations in writing a dissertation is the lack of libraries in connection with the current pandemic.

The novelty and practical results of investigation: Theoretical bases of studying the competitive advantages and competitiveness of industrial production were studied; The concepts of competition and competitive advantage defined on the basis of comparative evaluation of fundamental scientific theories and transformation of modern research reflecting multilevel nature are systematized. content components of economic categories.

Scientific-practical significance of results: The main provisions, results and recommendations obtained from the results of the study are used by various legislative and executive bodies, business societies, research institutes and organizations in the preparation of socio-economic development strategies and programs, industrial production priorities and industrial and investment policy. can be used.

Keywords: *PEST, Competition, Economy*

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

AR Azərbaycan Respublikası
SM Sənayə İstehsalı

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	8
I FƏSİL. SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN FORMALAŞMASININ NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI.....	13
1.1. Rəqabət qanunlarının təkamülü.....	13
1.2. Sənaye istehsalının rəqabət üstünlüklərinin formalaşması üçün nəzəri əsasları	23
II FƏSİL. SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN FORMALAŞMASI ÜÇÜN KONSEPTUAL ƏSASLARIN İŞLƏNİLMƏSİ..	28
2.1. Azərbaycanda sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin təhlili	28
2.2. Sənaye istehsalının rəqabət üstünlüklərinin amilləri	34
2.3. Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyi üçün konseptual çərçivənin işlənilməsi.....	38
III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN ARTIRILMASI YOLLARI.....	42
3.1. Sənaye istehsalında kadr idarəciliyinin təkmilləşdirilməsi.....	42
3.2. Sənaye istehsalının təşkilati strukturunu bazar şəraitinə uyğunlaşdırmaq üçün təvsiyələrin hazırlanması.....	47
3.3. Sənaye istehsalının idarə olunmasının təşkilati quruluşunun səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi.....	56
3.4. Azərbaycanda sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyinə dair hərtərəfli strategiyanın formalaşdırılması	60
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	63
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	66
ƏLAVƏLƏR.....	69
Cədvəllərin siyahısı	71
Sxemlərin siyahısı	71

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Dünya iqtisadi inkişafı göstərir ki, bazar və rəqabət müasir iqtisadiyyatın inkişafı üçün əsas mexanizmdir, onun hərəkətindəki digər amillərdən daha güclü və təsirlidir. Bazarın fəaliyyətinin səmərəliliyi nə qədər yüksəkdirsə, rəqabət mexanizmi o qədər aktivdir və onun təzahürü üçün şərait daha yaxşıdır. Bu mexanizmin ayrılmaz hissəsi rəqabətlə yanaşı yaranan və inkişaf edən rəqabət üstünlükləridir. Bazarda rəqabət nə qədər geniş yayılırsa, ticarət uğuru üçün daha vacib rəqabət üstünlüyüdür. Onların xüsusiyyətləri və formalaşma mexanizmi rəqabətcabiliyyətliliyin təmin edilməsi üçün təməl əsasdır, nəticədə islah olunan daxili iqtisadiyyatda təzahür formalarının öyrənilməsi aktualdır.

Bazara keçid, müəssisələr arasındakı rəqabət sənaye istehsalın səmərəliliyində real artımın güclü bir amilidir. Eyni zamanda, dövlət iqtisadiyyatının real şəraitində, yeni iqtisadi strukturların fəaliyyəti dövründə qeyri-müəyyənlik faktoru artır və məhsul, mal, xidmət istehsalı, satışı, əmtəə-pul əməliyyatları və ticarətlə əlaqəli ticarət riski artır. Buna görə müəssisələr bazarın dinamikasını, analoq mal istehsalçıları, təchizatçılar və istehlakçılar arasındakı rəqabətin səviyyəsini və xüsusiyyətlərini nəzarət etməlidirlər.

Sənaye istehsalının beynəlxalq integrasiyasında istehsal bazara keçid, müəssisələr arasındakı rəqabət istehsalın səmərəliliyində real artımın güclü bir amilidir. Həmçinin zamanda, ölkə iqtisadiyyatının real şəraitində, yeni iqtisadi strukturların fəaliyyəti dövründə qeyri-müəyyənlik faktoru artır və məhsul, mal, xidmət istehsalı, satışı, əmtəə-pul əməliyyatları və ticarətlə əlaqəli ticarət riski artır. Buna görə müəssisələr bazarın dinamikasını, analoq mal istehsalçıları, təchizatçılar və istehlakçılar arasındakı rəqabətin səviyyəsini və xüsusiyyətlərini nəzarət etməlidirlər. olunan məhsulların səmərəliliyi və aktuallığının yeganə meyarı rəqabət qabiliyyətidir. Bu gün istehlakçı üçün mübarizə bir məhsulun keyfiyyəti və ya qiyməti səviyyəsində deyil, şirkətlərin bir məhsulda təcəssüm etdirdiyi yeni bir istehlak mülkü təklif etmə qabiliyyəti səviyyəsindədir.

Sahələrin rəqabət qabiliyyətin artırılması, iqtisadiyyat sahəsinin ümumi inkişaf etməsi və stabil inkişafın başlıca təminatçısıdır. Bunun əksinə zəif

rəqabətcabılıyyətliliyin olması dövlətin daxili, regional, eyni zamanda beynəlxalq müstəvi üzrə bazar mövqeyi itirilməsinə, habelə itirilməsinə səbəb ola bilməkdədir. Bunların hamısı sənaye sahəsi rəqabətcabılıyyətliliyinin artırılması əhəmiyyətini göstərməkdədir. İqtisadiyyat diversifikasiyası və təbii ehtiyatlardan asılılığın azaldılma yolunda əksər müasir yanaşma və elmi prinsiplər tətbiq olunması əhəmiyyətlidir. Bu nöqtəyi-nəzərdən da seçilən magistr dissertasiya işinin mövzu aktuallığı şübhə yaratmır.

Problemın qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Rəqabət üstünlüklərinin formalaşması problemləri, rəqabət strategiyalarının seçilməsi və sənaye istehsalının rəqabət qabılıyyətinin digər aspektləri D.Lucker, I. Ansoff, G.Assel, K.Bowman, F.Wiersema, D.Day, T.Levitt, Mescon, G.Mintzberg, M. Porter, K.Prahalad, M.Tresey, G. Khzmel və. başqaları tərəfindən öyrənilmişdir.

Tədqiqatın əsasını mövzu ilə bağlı yerli, həmçinin xarici alimlərin elmi əsərləri, informasiya bazasını rəsmi, informasiya-analitik agentliklərin materialları, yerli və xarici mətbuatda yer almış rəsmi infformasiyalar və digər rəsmi İnternet saytlarında yer almış məlumatlar təşkil edəcək.

Tədqiqatının məqsəd və vəzifəsi: Tədqiqat işinin əsas məqsədi sənaye istehsalının rəqabət üstünlükləri və rəqabətcabılıyyətliliyinin öyrənilməsinin nəzəri əsaslarını nəzəri və və praktiki tövsiyələrin hazırlanmasıdır.

Dissertasiyanın məqsədinə çatmaq üçün tədqiqat məntiqi və iş quruluşunu müəyyənləşdirən vəzifələr qoyuldu:

- Sənayeni istehsalının inkişaf xüsusiyyətlərinin və tendensiyaalarının təhlili;
- səviyyənin qiymətləndirilməsi və sənaye istehsalının rəqabət qabılıyyətinin artırılmasının başlıca istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi;
- Sənaye istehsalının rəqabətçi üstünlüklərinin formalaşma və idarə edilməsi mexanizmlərini təhlil etmişdir.
- Ölkədə rəqabət qabılıyyətli məhsul istehsalı üzrə təsir göstərən amillərin araşdırılması;
- Sənaye istehsalının rəqabətcabılıyyətliliyinin artırılması üçün lazım olan yolların elmi cəhətdən əsaslandırılması;

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Tədqiqatın obyektı sənaye istehsalının rəqabətçi üstünlüklərinin formalaşdırılması və gerçəkləşdirilməsi ilə əlaqəli nəzəri, metodoloji və praktik məsələlərin məcmusudur. Tədqiqatın predmetini isə müasir şəraitdə sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinin əsas istiqamətlərinin elmi cəhətdən öyrənilməsi təşkil edir.

Tədqiqat metodları: Marketing təhlili üsulları: PEST, SWOT, “Bazarın-bazarda payın artması tempi” tipli model (Artım matrisləri- Boston Konsaltinq Qrup (BCG group), Bazarı (sahənin) cəlbədiciliyi-şirkət rəqabət qabiliyyəti” formalı model (GE/Mcknsey, Shell/DPM modeli) və s təşkil edir.

Dissertasiyada istifadə olunmuş hər bir metodlar qrupu əsas didaktik məqsədlərin yerinə yetirilməsi üçün xidmət edir. İstifadə edilmiş metodlardan biri PEST təhlilidir.

PEST təhlil edilməsi - (siyasi, iqtisadi, sosial, mədəni, həmçinin texnoloji) strateji idarəetmələrin ətraf mühitə nəzarət komponenti üzrə istifadə edilən makro ekoloji faktorların çərçivəsini təsvir göstərir. Strateji təhlil aparan zaman yaxud da bazar araşdırması aparan zaman xarici təhlil bir hissəsidir və nəzərə alınması gərək olan ayrı-ayrı makro ətraf mühit faktorları barədə məlumat verir. Bazarın inkişaf etməsi yaxud da tənəzzülü, iş mövqesi, potensial və fəaliyyət yönlərini anlama üçün strateji bir vasitədir.

SWOT analiz - şirkətin öz strategiyasını və planını hazırlanması metodudur. Bu metod tək şirkətlər üçün yox həmçinin öz üzərinizdə də apara bilərsiniz. Bu metod vasitəsi ilə güclü, həmçinin zəif cəhətləri öyrənmək, imkanları dəyərləndirmək və təhlükələri isə dəf etmək olur.

“Bazarın - bazar payı artırılma tempi» tipli modeli (BCG modeli) - Firma vəziyyəti bazar daxilində fəaliyyət göstərən bütün qalan təşkilatlar üzrə nisbətən mövqeləşməkdədir. “Bazar (sahə) cəlbədiciliyi - şirkət rəqabət qabiliyyəti” formalı modeli (GE/Mcknsey, Shell/DPM) modelləri - Firmanın durumu bazar daxilində onun güclü tərəfinin nisbi qiymətləndirilməsi və bu bazar perspektivinin nisbi qiymətləndirilməsi ilə əlaqələndirməklə mövqeləşir. “Bazarın (məhsulda həyat tsiklinin) təkamül mərhələləri – lərin rəqib durumu” tipli model (Xofer Şendel, ADL

modelləri) – Firma durumu bazarın təkamül mərhələlərindən (və ya məhsulun həyat tsikl mərhələsindən) asılı olmaqla rəqiblərə nəzərən onun mövqeyinin qiymətləndirilməsinin nəticəsində müəyyən olunur.

Tədqiqatın informasiya bazası: Daxili və xarici iqtisadçıların Sənaye müəssisəsinin rəqabət üstünlüklərinin formalaşması ilə əlaqəli nəzəriyyəsi və praktikasını problemləri üzərində apardıqları işlər təşkil etmişdir.

Tədqiqatda müxtəlif nəşrlərindən və digər təşkilatların materiallarından geniş istifadə edilmişdir. Məlumat bazası eyni zamanda elmi və praktik konfransların materialları, İnternet saytları və statistik materiallarıdır.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Dissertasiya yazarkən hal hazırda olan pandemiya ilə bağlı kitabxanaların işləməməsi səbəbindən ən əsas yaranan məhdudiyyətlərdəndir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Elmi yeniliyini əks etdirən tədqiqatın ən əhəmiyyətli nəticələri aşağıdakılardır:

1. Sənaye istehsalının rəqabət üstünlükləri və rəqabətqabiliyyətliliyinin öyrənilməsinin nəzəri əsaslarını öyrənilmişdir;

2. fundamental elmi nəzəriyyələrin müqayisəli qiymətləndirilməsi (mütləq üstünlüklər nəzəriyyəsi, müqayisəli xərclər nəzəriyyəsi, müqayisəli üstünlük nəzəriyyəsi, rəqabət üstünlüyü nəzəriyyəsi, iqtisadi artım nəzəriyyəsi, davranış və institusional nəzəriyyələr) əsasında müəyyən edilmiş rəqabət və rəqabət üstünlükləri anlayışları və çox səviyyəli təbiəti əks etdirən müasir tədqiqatların transformasiyası sistemləşdirilmişdir bu iqtisadi kateqoriyaların məzmun komponentləri;

3. "Rəqabət üstünlüyü" kateqoriyasının müəllif təfsiri rəqabət qabiliyyətinin artmasına və rəqabət mübarizəsində müvəffəqiyyətə təsir göstərə bilən, iqtisadi subyektlərin rəqabət davranışını müəyyən edən və rəqabətin amil şərti kimi çıxış edən, fərqlənən real və potensial xüsusiyyətlərin məcmusu (unikal birləşməsi) kimi təklif olunur nəzarət qabiliyyətinin səviyyəsi və dərəcəsi, tələb olunan idarəetmə təsirlərinin ehtiyacı və səmərəliliyi, habelə tipologiyasının əsas şərtləri kimi sənaye istehsalında rəqabət qabiliyyətinin artırılması baxımından yeni təsnifat xüsusiyyətlərinin ayrılması;

4. Mallar və müəssisələr səviyyəsində rəqabət qabiliyyəti və qeyri-sabit xarici mühit şəraitində sənaye istehsalının rəqabət üstünlüklərinin formalaşdırılması araşdırılmışdır.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Tədqiqatın nəticələrindən əldə edilmiş əsas müddəalar, nəticələr və tövsiyələr ölkənin müxtəlif qanunverici və icraedici qurumları, işgüzar cəmiyyətlər, tədqiqat institutları və təşkilatlar tərəfindən sosial-iqtisadi inkişaf strategiyaları və proqramları, sənaye istehsalı sahələrində prioritet hazırlanarkən və sənaye və investisiya siyasətinin istiqamətlərində istifadə edilə bilər.

I FƏSİL. SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN FORMALAŞMASININ NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

1.1. Rəqabət qanunlarının təkamülü

Rəqabət nəzəriyyəsində başlanğıc nöqtəsi müasir iqtisadi nəzəriyyə banisi Adam Smitin “Millətlərin zənginliyinin təbiəti və səbəbləri ilə bağlı araşdırmalar” əsəridir. Burada müəllif rəqabətin əsas rolunu öz fəaliyyətini “görünməz əl” prinsipi ilə təcəssüm etdirmişdir: hər bir fərd yalnız öz egoist məqsədlərini güdürək, sanki hamı üçün ən böyük yaxşılığa çatmaq mənafeyi naminə görünməz təminat əlini rəhbər tutur. Smith, rəqabətin bütövlükdə cəmiyyət üçün yaxşı olduğunu təsbit edən ilk şəxsdir, çünki resursların daha səmərəli bölüşdürülməsinə və istifadəsinə gətirib çıxarır.

A. Smith qiymətləri rəqabətin əsas aləti hesab edərək bazarda rəqabət ilə tələb ilə təklif arasındakı əlaqəni müəyyənləşdirdi. Mal çatışmazlığı, onun fikrincə, alıcılar arasında rəqabətə səbəb olmaqdadır ki, bu da malların qiymətinin artması üçün səbəb olur və bazarda malların çox olması satıcıları rəqabətə məcbur etməkdədir və bu isə malların qiymətini aşağı salır. Beləliklə, rəqabət, tələbi və təklifin qarşılıqlı laqələri ilə bazarı müəyyən bir tarazlıq nöqtəsinə gətirən bir qüvvə rolunu oynayır və Smith, “müxtəlif işçi qüvvəsi və kapitalın mənfəətləri və mənfi cəhətlərinin birləşməsi” olaraq təyin edir (Смит А. 2012: с.145).

Smith tarazlıq nöqtəsinə qayıtmanın yalnız yetkin bir bazarda, belə bir iqtisadiyyat vəziyyətində ola biləcəyini iddia edir: “birincisi, ticarətin və ya sənayenin müəyyən bir sahəsi hər kəs tərəfindən yaxşı bilinməli və müəyyən bir ərazidə çoxdan qurulmalıdır; ikincisi, normal və ya belə demək mümkünsə təbii vəziyyətdə olmalıdır; üçüncüsü, özlərini ona həsr edənlərin yeganə və ya əsas məşğuliyyəti olmalıdır”.

Bu üç şərt sonradan tamamilə rəqabətli bir bazarın üç xüsusiyyətinə çevrilir və belə şərh edilir:

- Bütün bazar iştirakçıları üçün bərabər və tam məlumatlar əldə etmək;

- Hər biri ayrı-ayrı bazar qiymətinə təsir göstərə bilməyən bazarda sonsuz sayda satıcı və alıcı;

- Hər bir istehsalçı homojen bir məhsul istehsalında ixtisaslaşmışdır və məhsul fərqi yoxdur (Смит А. 2012: с.145).

İnhisar bazarı nəzərə alaraq, A. Smith, bazarın digər iştirakçılarının məlumatının olmaması və ya hökumətin xüsusi tapşırıqları kimi “təsadüfi hallar” üzündən yarandığı qənaətinə gəlmişdir. A. Smitin yazdığı kimi inhisar “yaxşı bir iqtisadiyyatın böyük düşmənidir”. Üstəlik, inhisar iqtisadi inkişafa mane olur və qiymətləri təbii qiymətlərin üstünə qoyaraq istehlakçı rifahını azaldır. “İnhisarçı qiymət bütün hallarda əldə edilə bilən ən yüksək qiymətdir. Digər tərəfdən təbii qiymət və ya sərbəst rəqabətin qiyməti qəbul edilə bilən ən aşağı qiymətdir”.

Beləliklə, A. Smith rəqabəti təbii bir şey saydı, hökumətin müdaxiləsi tələb etmir və yalnız qiymət rəqabətinə diqqət yetirirdi.

K.G.Marks, rəqabət üçün aparıcı şərtin əmtəə istehsalçılarının və onların özəl mənafeələrinin xüsusi mülkiyyətə görə iqtisadi cəhətdən təcrid olunması olduğunu irəli sürən rəqabət fenomeninə xeyli diqqət yetirmiş, rəqabətin daxili və sahələrarası formalarının məzmununu fərqləndirmiş və xarakterizə etmiş və rəqabətin olduğu qənaətinə gəlmişdir. İqtisadiyyatda mənfəət nisbətinin orta səviyyəsini obyektiv şəkildə müəyyənləşdirən və rəqabəti kapitalistlər arasında kapital qoyuluşu üçün ən əlverişli şərtlər uğrunda mübarizə olaraq təyin edən kapitalın sənaye sahələri arasında yenidən bölüşdürülməsi mexanizminin əsasını qoymuşdur.

XIX əsrdə Rəqabət nəzəriyyəsinin inkişafında rəqabətin mikroiqtisadi səviyyədə analizinə yönəlmiş, rəqabətin əsas şərtlərini araşdıran, aparıcı ilkin şərtinin məhdud iqtisadi qaynaqlar olduğunu aşkar edən, rəqabətin bazar qiymətləri mexanizminə təsirini aydınlaşdıran, iqtisadiyyat elminin neoklassik istiqaməti nümayəndələri mühüm oynayır (Хамел Г., Прахалад К.К. 2002: с.48).

Alfred Marshall (1842-1924), tarazlıq nəzəriyyəsinə əsaslandırmaq üçün çox sayda müstəqil alıcı və satıcı, bazara sərbəst çıxış və bazar qiymətlərinə təsir göstərə bilməməsi ilə xarakterizə olunan mükəmməl rəqabət modelini nəzərdən keçirdi.

A. Marşall inhisarçılığı rəqabətin tam əksinə hesab etdi. Ya biri bazarda var, ya da digəri. Sərbəst rəqabət iqtisadiyyatın optimal vəziyyətidirsə, monopoliya antipod kimi sosial rifahı azaldan bir təşkilatdır.

Marşall əvvəlcə geniş miqyaslı istehsalın üstünlüklərini izah etdi. O, miqyas iqtisadiyyatları ilə istehsalın konsentrasiyası arasındakı əlaqəni vurğulayır: “İstehsalını genişləndirmək rəqabət üstünlüyünü sürətlə artırır və məhsullarını satmağı bacardığı qiymətləri azaldır” (Маршалл А. 2014: с.156).

Beləliklə, XX əsrin əvvəllərində iqtisadiyyatda statik bir rəqabət və inhisar modeli aralarında ara dövlətlər olmadığı iki qütb bazar dövləti kimi meydana çıxır. Joan Robinson (1903-1983) bu boşluğu aradan qaldırmağa ilk cəhd göstərdi, başqa bir bazar təşkilatı - mükəmməl rəqabətdən fərqli olaraq qeyri-kamil rəqabət nəzəriyyəsini təklif etdi. Robinson firmaların davranış fəaliyyətlərinin müxtəlifliyini tanıyır. Bu, əvvəllər düşünülmən tək cə rəqabət və inhisarçılıq yox, eyni zamanda bazar gücü üçün müxtəlif variantlardır - fərqli məhsul istehsalçıları arasında rəqabət və qiymət ayırı-seçkiliyi. Əvvəllər rəqabətin əsasən və yalnız qiymət rəqabəti olduğuna inanılırdısa, Robinson firmaların rəqabət davranışının digər xüsusiyyətlərini - nəqliyyat xərclərinin miqdarını, məhsul keyfiyyətinin səviyyəsini, müştəri xidmətinin xüsusiyyətlərini, kredit şərtlərini, şirkətin nüfuzunu, reklamın rolunu irəli sürür.

Mükəmməl rəqabət və firmanın bazar tələbinin qiymət elastikliyi arasındakı əlaqəni ilk qeyd edən J. Robinson idi: “hər bir istehsalçının məhsullarına tələb mütləq elastik olduqda mükəmməl rəqabət üstünlük təşkil etməkdədir. Bu səbəbdən, ilk olaraq, satıcı sayının çox olduğu və hər hansı birinin istehsal həcmnin bu məhsulun ümumi istehsalının cüzi bir hissəsidir; İkincisi, rəqib satıcılar arasında seçim qabiliyyəti baxımından bütün alıcıların eyni vəziyyətdə olması, beləliklə bazarda mükəmməl rəqabət münasibətləri hökm sürür” (Робинсон Д.Ж. 2009: с.302).

Bundan əlavə, J. Robinson, inhisarı araşdıraraq, texnoloji xüsusiyyətlərə görə rəqabətin mümkün olmadığı sahələri (ilk növbədə istehsal miqyası) ayırır: dəmir yolu nəqliyyatı, elektrik enerjisi, qaz sənayesi. Bunlar sonradan “təbii inhisar” adlandırılacaq sahələrdir. Robinson yazır: “Belə bir sənayedə iki firmanın iştirak

etdiyi ortaya çıxs, ya bir-birləri ilə rəqabət etmək məcburiyyətində qalacaqlar (və heç biri xərclərini geri ala bilməz); zəif olanı iflas edəcək və ya birləşməli olacaqlar.”

Ümumiyyətlə deyə bilərik ki, J.Robinson üçün mükəmməl rəqabət bazar iqtisadiyyatı üçün ideal olaraq qalır və reallıqda belə bir idealdan olan hansısa bir sapma dövlət siyasəti ilə uyğun şəkildə tənzimlənməlidir.

Robinson bazar tarazlığı konsepsiyasına aydınlıq gətirir: “sənaye, burada fəaliyyət göstərən firmaların sayını dəyişdirməyə meyl olmadığı zaman tam tarazlıq vəziyyətindədir.

Riyaziyyat məktəbinin banisi W. S. Jevons riyazi metodları rəqabətin iqtisadi analizinə tətbiq edənlərdən biri olmuşdur. Mükəmməl rəqabəti bazarın uğurlu inkişafı üçün zəruri şərt hesab edirdi, çünki bazar münasibətləri iştirakçılarını ehtiyaclarını ən tam təmin edən malların istehsalına və mübadiləsinə təkan verir.

U.S. Jevons rəqabət mübadiləsi modelinin hazırladı. Daha sonra U.S. Jevons modeli, tarazlıq qiymətinə çatma müddətini nümayiş etdirməyi bacaran F.I. Edgeworth tərəfindən incəldildi. Bundan əlavə, F.I. Edgeworth, tutarlılıq prinsipi əsasında, mükəmməl rəqabət tərifini incələşdirdi, bazar münasibətləri iştirakçıları arasında müqavilələrin bağlanması və yenidən nəzərdən keçirilməsi azadlığı şərtinin yerinə yetirilməsini əlavə etmişdi. Daha sonra alim həm də oliqopoliya nəzəriyyəsinin (Bertrand-Edgeworth modeli) formalaşmasına mühüm töhfə vermişdir (Джево́нс У., 2015: с.186).

Amerikalı iqtisadçı Edvard Çemberlin (1899-1967) rəqabətin təbii dinamik bir proses kimi araşdırılmasına öncülük etdi. E. Chamberlin rəqabət və inhisarçılıq sintezi fikrini əsaslandırıdığı inhisarçı rəqabət nəzəriyyəsini təklif etdi. Bu tip bazar quruluşu ilk növbədə məhsulun fərqlənməsinə əsaslanır. Onun fikrincə, alıcıların zövqləri, istəkləri, gəlirləri və yerləşmələrindəki fərqlər və malların istehlak qaydalarındakı fərqlər, müxtəlifliyə ehtiyac olduğunu və “rəqabətçi ideal” anlayışının həm inhisarı, həm də rəqabəti əhatə edən bir idealla əvəz edilməsinin zəruriliyini göstərir. İnhisarçı rəqabət artan ehtiyacları ən yaxşı şəkildə qarşılayan cəmiyyət mexanizmdir. Məhsul fərqlənirsə, hər bir satıcı həm inhisarçı, həm də rəqibdir.

E. Chamberlin, inhisarçı rəqabət nəzəriyyəsi ilə rəqabətin yalnız qiymət formalarını əsaslandırırdı, həm də məhsulun fərqlənməsi, keyfiyyətin yaxşılaşdırılması, reklamı və bir şirkətin və ticarət markasının nüfuzunun artırılması da daxil olmaqla yeni (qiymət olmayan) olanları da ortaya qoydu.

Mükəmməl olmayan rəqabətin dövlətin bazar prosesinə müdaxilə etməsi üçün səbəb olduğu J. Robinsondan fərqli olaraq, E. Chamberlin bu cür müdaxiləni lazımsız hesab edir, çünki bunun üçün heç bir səbəblər yoxdur. Baş verən hər şey böyük firmaların sui-qəsdı deyil, bazarda vəziyyətin inkişafının normal bir prosesidir və bunun qarşısını almaq bazarın optimal vəziyyətindən çıxmaq deməkdir. E. Chamberlin təmiz rəqabəti iqtisadi həyatın ideali olaraq rədd edir: “məhsulun daima fərqləndirildiyinin tam şüurlandırılması müxtəliflik probleminin əhəmiyyətini ortaya qoyur və təmiz rəqabətin artıq hər baxımdan rifah iqtisadiyyatı üçün” ideal “hesab edilə bilməyəcəyini aydınlaşdırır” (Чемберлин Э. 2007: с.102).

Avstriyalı iqtisadçı Joseph Schumpeter (1883-1950) inovasiyanı inkişafın əsas amili hesab edir - malların istehsalında və satışında dəyişikliklər. İnnovasiya ənənəvi qiymət rəqabətindən daha təsirli olan yeni bir rəqabət növünün özəyidir. Hər hansı bir yeniliyin inhisarçı rəqabət vəziyyəti yaratdığını söylədi. Rəqabət mexanizmi köhnəlmiş texnologiyalardan istifadə edən və tələb olunmayan məhsullar istehsal edən bazar müəssisələrini sıxışdırır. Şumpeter iqtisadiyyatı köhnəlmiş hər şeydən təmizləyən mexanizmi “yaradıcı məhv” adlandırdı. Rəqabət yeni bir məhsulun, yeni bir texnologiyanın, yeni bir xammal mənbəyi yaxud da yeni bir təşkilatın kəşfinə səbəb olur. Bu rəqabət, bir tərəfdən xərclərdə əhəmiyyətli bir azalma və məhsul keyfiyyətində bir artım təmin edərsə, digər tərəfdən “mövcud müəssisələri mənfəət və məhsul istehsalında bir az azalma ilə deyil, tamamilə iflasla təhdid edir.” Beləliklə, iqtisadiyyat yeni, daha məhsuldar və gəlirli şirkətlərlə əvəzlənən köhnə şirkətlərin, metod və fikirlərin məhv edilməsi sayəsində yaşayır və inkişaf edir.

J. Schumpeter, durğunluq anlayışının inhisarçılığa uyğun olmadığını düşünür və yeniliklərin nəticəsi olaraq özü də rəqabətin faydalı nəticəsi olduğunu bildirir. Schumpeter inhisarın aşağıdakı müsbət cəhətlərini vurğulayır. Avstriyalı iqtisadçıya görə inhisar mənfəət, sənayedə “əlavə investisiyaların maliyyələşdirilməsi üçün

vəsait yığmağın təsirli bir yolu” olması mümkündür. Monopolistin ixtiyarında rəqibləri üçün əlçatmaz və ya çətin olan istehsal üsulları ola bilər. Bir inhisar daha sabit bir maliyyə vəziyyətinə sahib ola bilər. Tekelin texnoloji tərəqqini maliyyələşdirmək üçün daha çox vəsaiti vardır ki, bu isə yalnız sənayeyə deyil, bütün iqtisadiyyata fayda gətirir.

Mükəmməl rəqabət bu cür əlavə xərcləri istehsalın daha az səmərəli daxili təşkili, daha az məhsuldar texnologiya, Şumpeterin gözü ilə bu tip bazarları təsirli şəkildə qiymətləndirə və yeni perspektivlərdən istifadə edə bilməməsi şəklində tək cə suboptimal deyil, hətta arzuolunmaz hala gətirir. Bundan əlavə, mükəmməl rəqabətçil bir təşkilata yaxınlaşan sənaye sahələri, iqtisadi şəraitdəki böhranlara və dalğalanmalara həssaslıq göstərirlər ki, bu isə ideal səmərəlilik modeli hesab edilə bilməz.

Beləliklə, J. Schumpeter yeniliklər kateqoriyası ilə rəqabətin bazar iqtisadiyyatının qanunauyğunluğu kimi dərk edilməsini dərinləşdirdi, iqtisadiyyatın inhisarlaşması prosesinə haqq qazandı.

Friedrich Hayek (1899-1992), iqtisadi nəzəriyyənin “rəqabət” ifadəsini səhv istifadə etdiyinə inanır.

Statik rəqabət modelini təhlil etsək, Hayekə görə, mükəmməl rəqabət real rəqabət prosesinin mümkün nöqtələrindən yalnız biri olacaq və qətiliklə qətiliklə deyil. Bununla yanaşı, rəqabət həm də xüsusi bir bağlayıcı qüvvədir, iqtisadi sistemi iqtisadi sistemə çevirən, bir növ iqtisadiyyatın daxili quruluşu və dəstəyidir. Bu mənada, Hayek, rəqabətin işini təmin etmək olan bir rəqabət qaydasından danışır. Rəqabət qaydası, xüsusi mülkiyyət, müqavilə azadlığı və digər oxşar sərbəst bazar mexanizmləri şəklində daha geniş bir institusional çərçivə tələb edir.

Neoklassik ənənələrin davamçıları olan McConnell K.R., Brue S.L., Fisher S., əvvəlki təcrübəyə əsasən, dörd əsas bazar vəziyyətini müəyyənləşdirərək rəqabətin təhlilinə struktur bir yanaşma tətbiq etdilər. Dörd bazar növünü və funksional bir tədqiqat metodunu tətbiq edərək, rəqabət mübarizəsi iştirakçılarının sayının tədricən azalması, məhsul fərqliliyinin artması və sahələr arasında kapital axınına maneələrin artmasından ibarət olan hər bazar vəziyyətinin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirdilər.

Hər bazar şəraitində firmalar müxtəlif yollarla rəqabət strategiyalarını qısa və uzun müddətdə formalaşdırırlar, tələbə və təklifə fərqli təsir göstərərək istehsal qiymətlərindən asılı olaraq fərqli qiymətlər və istehsal həcmələrini təyin edirlər. Beləliklə, iqtisadi subyektlər arasındakı mübarizədən bazar quruluşunun, dörd əsas bazar vəziyyətinin analizinə keçildi: mükəmməl rəqabət və təmiz inhisar, oliqopoliya və inhisarçı rəqabət ilə təmsil olunan mükəmməl rəqabətdir (Хамел Г., Прахалад К.К. 2012: с.88).

Amerikalı iqtisadçı Michael Porter (1947) rəqabət nəzəriyyəsinin inkişafına mühüm töhfə verdi. Müxtəlif iqtisadi məktəblərin fikirlərini ümumiləşdirdi və sənayenin quruluşunu formalaşdıran beş rəqabətçi qüvvənin öz modelin təklif etdi. Həmin model bir şirkətə daha yaxşı bir mövqe verən rəqabət üstünlüyünün tapılmasına kömək edə bilməkdədir. Odur ki, professor M. Porter, sənayedə bir şirkətə təsir göstərən 5 qüvvəni (təhdidləri) müəyyənləşdirdi:

1. Potensial rəqiblərin daxil olma riski: şirkətin gəlirliliyi üçün bir təhlükə yaradır (bu risk azdırsa, şirkət qiyməti qaldıra bilər və gəlirləri artırar bilər) və bu sahəyə giriş üçün maneələrin hündürlüyündən asılıdır;

2. Sənayedə mövcud şirkətlər arasındakı rəqabət;

3. Alıcıların “sövdələşmə” qabiliyyəti: istehlakçılara görə qiymətlərə təzyiq təhlükəsi yaradır;

4. Təchizatçıların təzyiqi: qiymətləri qaldırmaqla təhdid edir, şirkətləri tədarük olunan məhsulların miqdarını və nəticədə mənfəəti azaltmağa məcbur edir;

5. Əvəzedici məhsulların ortaya çıxma təhlükəsi: tamamilə əvəzlənmiş məhsulların mövcudluğu şirkətin qiymətlərini və gəlirliyini məhdudlaşdıran ciddi rəqabət təhlükəsidir (Портер М. 2010: с.128).

Bu qüvvələrin birgə təsiri bazarda rəqabətin intensivliyini və nəticədə sahibkarlıq subyektləri tərəfindən alınan mənfəətin miqdarını xarakterizə edir. Beş rəqabət gücü, sənayedə rəqabət etmək üçün tələb edilən sərmayə miqdarı, qiymətlər, xərclər üzərindəki təsir yolu ilə bir sənayenin gəlirliyini müəyyənləşdirir. Rəqabət nə qədər gərgin olarsa, sənaye daxilindəki firmaların qazancı o qədər aşağı olur.

M. Porter göstərdi ki, rəqabət ölkələrin iqtisadiyyatının deyil, fərqli sosial-iqtisadi mühitdə fəaliyyət göstərməkdə olan firmaların rəqabət etdiyi qlobal bir xarakter qazanır. Porter, əlaqəli və dəstəkləyən sahələrin integrasiya və qarşılıqlı təsir dərəcəsini əks etdirən “klaster” anlayışını təqdim edir. Rəqabət münasibətləri firmaların aşağı qiymətlər, yaxşılaşdırılmış məhsul xüsusiyyətləri, məhsulu bazara çıxartmağın xüsusi yolları və s. kimi müxtəlif rəqabət vasitələrindən daha uğurlu istifadə edə bilməsi ilə özünü göstərir.

Porter iddia edir ki, uğurlu rəqabət mübarizəsi üçün iqtisadi qurum rəqabətçi üstünlüklərini müəyyənləşdirmək, dərinləşdirmək və inkişaf etdirmək yolu ilə rəqiblərdən üstünlüyü təmin etmək olan rəqabət strategiyası formalaşdırmalıdır. Rəqiblər üçün kopyalaması ən çətin olan “yüksək dərəcəli rəqabət üstünlükləri” nin dəyərini vurğuladı: patentləşdirilmiş texnologiya, malların unikallığına əsaslanan fərqlilik, intensiv marketinq fəaliyyətlərinə, xammal tədarükçüləri və hazır məhsul istehlakçıları ilə sıx əlaqələrə əsaslanan şirkətin nüfuzudur. “Ən yüksək qaydaların rəqabətçi üstünlükləri” uzunmüddətli və intensiv kapital qoyuluşları şərtlə istehsal müəssisələrində deyil, ixtisaslaşmış kadr hazırlığı, tədqiqat və inkişaf və marketinq sahələrində mümkündür.

M. Porter, üç əsas metoda əsaslanan rəqabət strategiyalarının ortaq xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirdi: aşağı xərclər və xərc liderliyi; məhsulun fərqlənməsi; dərin ixtisaslaşma və dar bazar yerində fəaliyyət göstərmək. Rəqabət strategiyasındakı müvəffəqiyyəti, güclü marketinq konsepsiyasının və texniki yeniliklərin mövcudluğunu yuxarıda göstərilənlərə əlavə edərək rəqabəti təsir edən amilləri ətraflı araşdırdı (Попре М. 2010: с.208).

Daha sonra G.Khamel və K.K.Prahalad, yalnız lider mövqelərini qorumaq üçün deyil, eyni zamanda gələcəyin bazarlarına nüfuz etmək üçün səy göstərən şirkətlərin rəqabət davranışlarının praktik xüsusiyyətlərini ortaya qoydular. Buna nail olmağın əsas yollarından biri, şirkətlərdə onlara qeyd-şərtsiz rəqabət üstünlüyü və intellektual liderlik verən “əsas səriştələrin” formalaşdırılmasıdır. Əsas səriştələr, bir şirkətin müştərilərinə dəyər verməsini təmin edən bacarıq, bacarıq və texnologiyaların məcmusudur. Firma, resursları və imkanları dəyişən bir mühitə

sürətlə uyğunlaşmasını təmin edəcək səlahiyyətlərə çevirməlidir. Onların fikrincə, şirkətlərin digər ölkələrin daxili bazarlarına çıxarılması qlobal bazarda lider mövqelərin əldə edilməsində böyük əhəmiyyətə malikdir.

XX-XXI əsrin əvvəllərində, rəqabətin mahiyyəti və rolunun öyrənilməsinə yanaşmalar şirkətin bazarda liderliyinə nail olmaq üçün müxtəlif yollar inkişaf etdirərək tətbiq etdikdə yeni strateji idarəetmə konsepsiyalarında öz əksini tapmışdır. Doğrudan birbaşa diqqət yetirilən “bazarı fəth etmək” mövzusunda çoxlu ədəbiyyat var. Bu kitablar etirazların aradan qaldırılmasını, alıcıya məhsulu rəqibdən deyil, məhz bu iqtisadi subyektdən almağa inandırmaq və inandırmaq bacarığını öyrətməyə çalışır. Başqa sözlə, bu “ən çox satanlar” satıcıları alıcıya psixoloji təzyiq göstərərək rəqabəti qazanmağı öyrədirlər. Qeyd etmək gərəkdir ki, sahibkarın davranışının bu taktikası praktik olaraq alıcını aldatmağa əsaslanır, çünki yalnız satıcı qalib gəlir.

Müasir iqtisadiyyatda, bir sahibkarın rəqabət etməsi, fikrimizcə, aşağıdakı səbəblərə görə getdikcə çətinləşdiyini söyləmək lazımdır.

1) malların vahidliyi. Bu gün əmtəə və xidmətlər bir-birinə getdikcə daha çox bənzəyir. Texnologiyanın o qədər yüksək səviyyədə olması səbəbindən bir məhsulda rəqabət fərqi tapmaq ümumiyyətlə, qeyri-mümkündür, kimsə bir şey fikirləşsə belə, ən qısa müddətdə təkrarlanır. Əksər hallarda mallar və xidmətlər eynidir. Hər gün bəzi yeni cihazlar çıxır, bir şey dəyişir, modernləşir. Fərqli istehsalçıların məhsulları arasındakı sərhəd itdi. Mallarda praktik şəkildə heç bir rəqabət üstünlüyü yoxdur. Alıcı üçün eyni kateqoriyaya aid bütün məhsullar eynidir, dəyişdirilə bilər;

2) alıcıların seçiciliyi. Bu səbəb, alıcının ona qarşı psixoloji təzyiqin təsiri altında guya bənzərsiz bir məhsul almasını “aldatması” və “tətbiq etməsi” nin getdikcə çətinləşməsindədir. Eyni mal növü ilə, alıcı, ən çox, qiymətə diqqət yetirir və daha aşağı xərclə bir məhsul seçir. Eyni zamanda, qiyməti aktiv şəkildə endirən bir təşəbbüskar daha az mənfəətlə və ya zərərlə işləyir (Поляка Г. 2013: с.164).

Beləliklə, bu gün sahibkarların (satıcıların) psixoloji bacarıqlara sahib olması kifayət deyil, alıcıya təsir edən, düşünə bilməli və strateq ola biləcək öyrənilmiş ifadələrdən imtina etməlidirlər.

Rəqabət qabiliyyətinin nəzəriyyələri və konsepsiyaları çoxdur və müxtəlif istiqamətlərdə və məktəblərdə təqdim olunur. Rəqabətlik nəzəriyyəsinin əsas prinsipləri Amerika, Skandinaviya və İngilis elmi məktəblərində öz əksini tapmışdır.

Beləliklə, iqtisadçıların rəqabət problemi ilə bağlı fikirlərinin təkamülü aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər. Başlanğıcda mükəmməl rəqabət modeli formalaşır və rəqabətli bazarın xüsusiyyətləri inkişaf etdirilir. Mükəmməl rəqabət bir növ standart idi, kənarlaşmalar mənfəət sayılır. Belə görünürdü ki, sərbəst rəqabətin antipodu kimi inhisar iqtisadiyyatın səmərəliliyini azaldır. Rəqabət nəzəriyyəsinin tədricən inkişafı rəqabət və inhisarçılığın bir-birinə o qədər qarışıq olduğunu başa düşməyə gətirib çıxarır ki, inhisarçı rəqabətdən danışmaq daha məqsədəuyğundur - hər an inhisarçılıq və rəqabət xüsusiyyətləri olan bir quruluşdur. Deməli, iqtisadçıların rəqabət probleminə baxışlarının təkamülü, prinsipə yeni bir baxış olaraq qısaca şəkildə aşağıdakı kimi formalaşa bilər. Başlanğıcda mükəmməl rəqabət modeli formalaşır və rəqabətli bazarın xüsusiyyətləri inkişaf etdirilir (Бакуленко Т.Г. 2013: с.61).

Mükəmməl rəqabət bir növ standart idi, kənarlaşmalar mənfəət sayılır. Belə görünürdü ki, sərbəst rəqabətin antipodu kimi inhisar iqtisadiyyatın səmərəliliyini azaldır. Rəqabət nəzəriyyəsinin tədricən inkişafı rəqabət və inhisarçılığın bir-birinə o qədər qarışıq olduğunu başa düşməyə gətirib çıxarır ki, inhisarçı rəqabətdən danışmaq daha məqsədəuyğundur - hər an həm inhisarçılıq, eyni zamanda rəqabət xüsusiyyətləri olan bir quruluş. Bazar quruluşuna prinsipə yeni bir baxış formalaşır. Sonra aydın olur ki, bir firmanın rəqabəti qazanmaq üçün yalnız rəqabət üstünlüyünə sahib olması deyil, həm də strateji planlaşdırma metodlarını tətbiq etməsi lazımdır.

1.2. Sənaye istehsalının rəqabət üstünlüklərinin formalaşması üçün nəzəri əsasları

Bazar iqtisadiyyatında əsas tənzimləmə mexanizmlərindən biri istehsalçıları və tədarükçüləri istehlakçının göstərişlərinə tabe edən rəqabətdir. Rəqabət bazar münasibətlərinin subyektləri bərabər olduqda və yalnız əmtəə istehsalçıları arasında deyil, həm də əmtəə istehsalçıları və istehlakçıların qarşılıqlı əlaqəsi, bazarın istehsal strukturu və infrastrukturunu, dövlət orqanları və bazar subyektləri arasında əldə edilir.

Müasir iş tez-tez sürətli və səriştəli qərarlar qəbul etməyi tələb edir, mənfəət yaxud da zərər alma ehtimalı birbaşa bundan asılıdır. Eyni zamanda, qərar qəbul etmə sürəti xüsusilə bazar şərtlərindəki dəyişikliklərin yüksək dinamikası, əməliyyatların bağlanması və həyata keçirilməsi şərtləri və maliyyə amilləri daxil olmaqla qabiliyyəti, məhsul istehsalçıların və satıcıların oxşar malları eyni bazarlara tədarük edən rəqibləri ilə rəqabət edə bilməsidir. Belə bir rəqabət mübarizəsində təşkilatlar bazarlara yiyələnmək üçün alıcıları cəlb etmək üçün reklam, qiymət endirimi, məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsi, satışdan öncə və satışdan sonras xidmətlərdən istifadə edirlər. digər əlaqəli amillər nəzərə alınmaqla çox vacib bir amildir (Кирцнер И.М. 2011: с.91).

Rəqabətliklik, məhsulun bazarda oxşar məqsədli digər rəqib məhsullarla müqayisədə üstünlük dərəcəsinə aiddir.

Rəqabət üstünlüyü, təşkilatın malik olduğu və ona rəqiblərdən üstünlüyünü təmin edən müstəsna dəyərdir.

T. Peter və B. Waterman istehsalçılara rəqabət üstünlüyün verən ümumi prinsiplər formalaşdırdılar. Bunlar aşağıdakılardır:

- Hər bir işçini işə yönəltmə, başladılan işi davam etdirmə;
- Şirkətin müştəri üzrə yaxınlığı;
- Müəssisədə muxtariyyət, həmçinin yaradıcılıq mühiti yaradılması;
- Şəxslərin qabiliyyətlərini və işləmək istəklərini işə salmaqla məhsuldarlığı artırmaq;
- Müəssisə üçün ortaqlığın vacibliyini nümayiş etdirmə;

- Möhkəm durma bacarığı;
- Təşkilatın sadəliyi, ən aşağı idarəetmə səviyyəsi və işçi heyəti;
- Həmçinin yumşaq və sərt olmaq bacarığı. Ən vacib problemləri ciddi nəzarət altında saxlamaq və daha az önəmli olanları tabeçilərə təhvil vermək.

Dünya bazar münasibətlərinin təcrübəsindən belə göründüyü kimi, həmin problemlərin bir-birləri ilə bağlı həlli və həmin prinsiplərdən istifadə sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin artması üçün zəmanət verir.

Sənaye istehsalının rəqabət üstünlüyünün təmin edilməsinin əsas istiqamətləri bunlardır: şirkət resurslarının rəqiblərin hərəkətlərini qabaqcadan cəmləşdirməsi, təşəbbüsü rəqabətdə saxlaması, qarşıya qoyulan hədəflərə çatmaq üçün resurs potensialının təmin edilməsi, rəqiblərlə qarşılıqlı təsir üçün təsirli bir strategiyayı əsaslandıraraq bazarda şirkətin fəaliyyətini planlaşdırmaq üçün çevik bir sistem inkişaf etdirmək (Кирцнер И.М. 2001: с.120).

Müxtəlif rəqiblərin konkret bazarlarda sahib olduqları rəqabət üstünlüyü məhsul bazarında iqlim və ya rəqabət vəziyyətində vacib amildir. Rəqabət üstünlüyü, məhsulun və ya markanın bir sıra xüsusiyyətləri ilə müəyyən olunur ki, bu isə şirkət üçün birbaşa rəqibləri üzərində müəyyən üstünlük yaradır.

Eyni zamanda bir məhsulda rəqabət üstünlüyünün müqayisəli və buna görə nisbi olmasını da qeyd etmək gərəkdir, çünki onu yalnız satış səmərəliliyinə təsir edən xüsusiyyətləri müqayisə etməklə qiymətləndirmək olar.

Məhsulun rəqabət üstünlüyünün nisbiliyi digər xüsusiyyətlərində də - konkret şərtlər və səbəblərə bağlılıqda özünü göstərir. Bir coğrafi bazarda qiymət üstünlüyü olan bir məhsul digərində bu üstünlük üstünlüyünə sahib ola bilməz. Əksinə, ticarət baxımından uğursuz olan və bazardan kənarlaşdırılan məhsul, müəyyən bir vaxtdan sonra, məsələn, əsas rəqibin getməsi, valyutaların nisbi məzənnəsindəki dəyişikliklər, inflyasiyanın sıçrayışı və s. səbəbindən böyük bir uğur əldə edə bilər.

Nəticə etibarilə heç bir məhsul universal rəqabət üstünlüyünə malik ola bilməz.

Rəqabət üstünlüyünün başqa bir xüsusiyyəti də müxtəlif amillərin birmənalı təsirinə həssaslığıdır. Eyni amillər rəqabət üstünlüyünü həm inkişaf etdirə, həm də zəiflədə bilər. Məsələn, müasir texnologiya dizayn və keyfiyyət sahəsində

üstünlüklərin yaradılmasına kömək edir, lakin satın alma xərcləri yüksək olduğu üçün malların dəyər parametrlərini əhəmiyyətli dərəcədə poza bilər.

Sistem yanaşması keyfiyyətə daha yüksəkdir, sadəcə mövzu deyil, idrak yoludur. Bu, fərdin idrakından ümumi, birmənalı olmayan, çoxpilləli, tək ölçülüdən polimerə, xətti olmayan, qeyri-xətli bir keçiddir (СМИТ А. 2012: с.65).

Rəqabət üstünlüklərini təsnif etmək məqsədilə bir neçə meyar vardır. Beləliklə, mümkünsə təqlid, rəqabət üstünlükləri aşağıdakılara bölünür:

- Bənzərsiz - çoxalması mümkün olmayan təqlid;
- Süni - rəqiblər tərəfindən təkrarlana bilən faydalar.

Dinamiklərin təbiətinə görə rəqabət üstünlükləri sabit və qeyri-sabit ola bilər. Davamlı bir rəqabət üstünlüyü, bütün həyat dövrü boyunca davamlı fəaliyyət göstərən bir üstünlükdür, qeyri-sabit olanın qırılma nöqtələri var (Фатхутдинов Р.А. 2013: с.122).

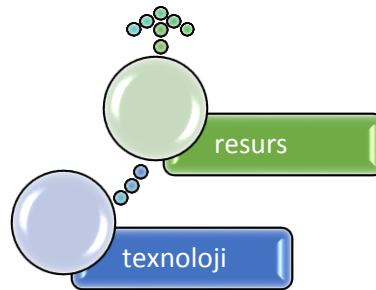
Müasir şərtlər rəqabət üstünlüklərinin integrasiya olunmuş idarə olunmasına ehtiyac olduğunu müəyyənləşdirir. Bu cür idarəetmənin fərqli xüsusiyyəti rəqabətçi üstünlüklərin formalaşması və idarəedilməsində sistemli bir yanaşmaya keçiddir.

Sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyinə dair araşdırmalar ümumiyyətlə M. Porterin tərifinə əsaslanır: “Müəyyən bir dövlətin sənaye istehsalını, dünya bazarının ən rəqabətli sektorları ilə müqayisədə rəqabət üstünlüyü olduğu təqdirdə beynəlxalq miqyasda uğurlu fəaliyyət göstərdiyi təyin edilir. Ən optimal parametrlər, ölkələrində yaradılan təcrübə və varlıqlara əsaslanaraq lazımi qədər çox sayda ölkəyə əhəmiyyətli və sabit ixracatın və ya əhəmiyyətli investisiyaların ixracıdır. Bu tərifin xüsusiyyətləri dünya iqtisadiyyatı sistemində sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsini təyin etmə üçün istifadə oluna bilən rəqabət qabiliyyəti meyarlarının seçilməsindən ibarətdir (Кирицнер И.М. 2001: с.136).

Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyəti, müəyyən istehlakçı qruplarının tələblərinə cavab verən yüksək keyfiyyətli məhsulların istehsalı və marketinqi (beynəlxalq qiymətlərdən yüksək olmayan) yaradılması üçün texniki, iqtisadi və təşkilati şərtlərin var olmasını ilə müəyyən edilir.

A. Porter vurğulayır ki, sahələrin rəqabət qabiliyyəti rəqabət üstünlüklərinə əsaslanır və müxtəlifliyi iki əsas növə endirilə bilər:

Sxem 1: Sahələrin rəqabət qabiliyyəti rəqabət üstünlüklərinə



Mənbə: Макаренко М.В., Махалина О.М. 2007: с.88.

Rəqabətliklik resurs amillərindən başlayır və bunlardan asılıdır:

- coğrafi yeri;
- iqlim şəraiti;
- ölkədə təbii ehtiyatların mövcudluğu;
- ixtisaslı işçi qüvvəsi;
- yığılmış kapital.

1. Ancaq bu amillər rəqabətdəki müvəffəqiyyəti qorumaq üçün yetərli deyildir.

Hənsısa bir sənaye istehsalındakı müvəffəqiyyət, irsi amillərlə deyil, bu amillərdən istifadə səmərəliliyini davamlı olaraq artırma biləcək mexanizmlərin təsiri ilə də ola bilər (Фатхутдинов Р.А. 2013: с.105).

Sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyi - sənayenin global və daxili bazarların tələblərinə cavab verən əmtəə və xidmətləri istehsal etmə qabiliyyəti və bu sahədəki müəssisələrin rəqabət potensialının artmasına şərait yaradır.

Sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyi amilləri:

- sənaye istehsalının quruluşu;
- yüksək rəqabət aparıcı müəssisələrin olması;
- inkişaf etmiş sənaye infrastruktur:
- həm sənaye daxilində, həm də dövlət daxilində və xaricdəki digər sənaye sahələri ilə elmi-texniki, istehsalat, maddi-texniki və ticarət əməkdaşlıq sistemi;
- məhsul paylama sistemi;

- əmək məhsuldarlığı;
- kapital intensivliyi və elm intensivliyi, məhsulların texniki səviyyəsi, məhsulların müstəqil inkişafı və onların çoxalması üçün zəruri olan biliklər və elmi bölmələr;
- elmi dizayn və mühəndis işlənmələrinin həyata keçirilməsi üçün texniki ehtiyatların miqdarı;
- sənaye istehsalının ixrac yönümlü və ya idxaldan asılılıq dərəcəsi;
- sənaye istehsalının inkişaf səviyyəsinin xalq təsərrüfatının ümumi inkişaf səviyyəsinə uyğunluq dərəcəsi, məhsulların xalq təsərrüfatının ayrı-ayrı sahələrində istifadəsi dərəcəsidir (Макаренко М.В., Махалина О.М. 2017: с.93).

Beləliklə, sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətləri, müəyyən bir sənayenin xarakterik göstəricilərinə görə ənənəvi meyarlara əlavə olaraq qiymətləndirilən və müəyyən bir ölkənin və bütün dünyanın iqtisadiyyatının inkişafı üçün müxtəlif variantlar altında canlılıq və dinamizm dərəcəsini təsvir edən milli iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin səmərəliliyidir.

II FƏSİL. SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN FORMALAŞMASI ÜÇÜN KONSEPTUAL ƏSASLARIN İŞLƏNİLMƏSİ

2.1. Azərbaycanla sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin təhlili

Bazar iqtisadiyyatı sistemindəki dialektika qanununa görə maşın sənayesi aşağıdan yuxarıya doğru irəliləyir və nəticədə istehsal prosesinin kompleks mexanizasiyası baş verir. Bazar sisteminin bu səviyyəsində sənayeləşmə təkcə istehsal sahəsini yox, həm də insan fəaliyyəti bütün sahələrini diktə edir. Bu səviyyədə sənayeləşmənin inkişafı cəmiyyətdə sosial problemlər yaradır. Buraya inhisarçıların meydana çıxması, işsizliyin artması, elm, təhsil, tibb, idman və s.-nin daha güclü inkişafına ehtiyac, yoxsulların sayının artması, yoxsulların sosial müdafiəsi və s. istehsalın yüksək inkişafı yalnız sosial problemlər yaratmır, həm də onların həlli üçün zəmin yaradır.

Həmin halda iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi zərurətə çevrilir və dövlət bu problemlərin həllinə görə məsuliyyət daşıyır. Çünki istehsal prosesinin sənayeləşməsi yüksək səviyyədə əmək məhsuldarlığı və sahibkarların qazancının artması üçün səbəb olur. Bu halda vergilərin artması səbəbindən dövlət büdcəsinin həcmi artır və dövlət bu sosial problemləri müvəffəqiyyətlə həll edə bilər. Bu proses bazar iqtisadiyyatı olan müasir sənayeləşmiş ölkələr sisteminin bir hissəsi sayılan kiçik Avropa dövlətlərində baş verir. Məsələn, Norveç, İsveç, Danimarka, Finlandiya və digər əyalətlər işsizlik və ölkə əhalisinin sosial müdafiəsi üçün məsuliyyət daşıyırlar. Bu ölkələrdə elm, təhsil, səhiyyə, həmçinin başqa sahələrin inkişafı üçün dövlət büdcəsindən ayrılan vəsait yalnız keçid, inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatı olan ölkələrdən deyil, həm də sənayesi inkişaf etmiş ölkələrdən dəfələrlə çoxdur.

Azərbaycanın sənaye sektorları 4 yerə bölünür:

- mədən sənayesi;
- istehsal sənayesi;
- elektrik, qaz və buxarın istehsalı, paylanması və təchizatı;
- su təchizatı, təmizlənməsi və tullantıların atılması.

Bu gün Azərbaycanın sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin artırılması sənayenin modernləşdirilməsinin əsas istiqamətləri ilə yanaşı ön plandadır. Daxili bazarda məhsulların rəqabət qabiliyyəti ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təməli olmuşdur. Keçmişdə güclü elmi, həmçinin texniki potensiala, ucuz ixtisaslı işçi qüvvəsinə və bir çox xammal növünə sahib olan Azərbaycan sənaye istehsalın rəqabətqabiliyyətliliyini artırmaq üçün böyük imkanlara malikdir (Hüseynov T.Ə. 2010: s.89).

Əksər elm adamlarına görə, istehsalın rəqabət qabiliyyəti bir istehsalın xüsusiyyətidir, həm rəqib məhsuldan fərqlərini həm onu ödəmək dəyəri və eyni zamanda müəyyən bir tələbə uyğunluq dərəcəsi baxımından əks etdirir. İstehsalın rəqabət qabiliyyətinin əsas elementləri istehlak xüsusiyyətləri (yəni keyfiyyət) və qiymətdir. Bununla birlikdə, sənaye istehsalın bazar perspektivləri yalnız keyfiyyəti və istehsal xərcləri ilə əlaqəli deyil. İstehsalın uğurlu yaxud da uğursuz olmasının səbəbi şirkətin nüfuzu, reklam fəaliyyətləri, təklif olunan xidmət səviyyəsi kimi digər (qeyri-əmtəə) amillər ola bilər.

Rəqabət qabiliyyətini idarə etmək bu komponentlərin optimal nisbətini təmin etmək, əsas səyləri aşağıdakı vəzifələrin həllinə yönəltmək deməkdir: məhsul keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, istehsal xərclərinin azaldılması, səmərəliliyin və xidmət səviyyəsinin artırılmasıdır.

Göstərilən rəqabətqabiliyyətlilik komponentləri çox amildir və hər biri kompleks müstəqil idarəetmə obyektı olaraq qəbul edilə bilər. Xüsusilə istehsal xərclərinin dəyərinə xammal, yanacaq, elektrik enerjisi, alınan yarımfabrikat və komponentlərin dəyəri və keyfiyyəti, istehsal işçilərinin ixtisası və əmək haqqı, əmək məhsuldarlığı, idarəetmə xərcləri və s. (Abdullayev Z., Bağirova Z.Ə. 2010: s.116).

Bir istehsalın rəqabət qabiliyyətində vacib bir amil onun yeniliyidir, bu səbəbdən yeni məhsulların inkişafı həmişə aktualdır. Hər bir istehsalçı yeni məhsul istehsal edə bilməlidir. Dəyişən zövqləri, texnologiyadakı dəyişiklikləri və rəqabət şəraitini nəzərə alaraq istehsalını idarə etməyi bacarmalıdır. (Cədvəl 1, əlavə 1)

Azərbaycanda sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsini təhlil edək. Xarici və daxili bazarlar üzrə istehsalın rəqabət qabiliyyətini ayrıca araşdıracağıq. Xarici bazarda istehsalın rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsi ixrac məlumatları əsasında müəyyənləşdiriləcəkdir.

Cədvəl 2: Beynəlxalq Standart Ticarət Təsnifatına uyğun ixracat quruluşu (milyon ABŞ dolları ilə)

Məhsul Kateqoriyası	2015	2016	2017	2018	2019
Ümumi	22.5	26.4	24.9	24.9	22.8
Qida və heyvanlar	0.42	0.54	0.61	0.64	0.64
İçkilər və tütün	0.02	0.02	0.02	0.04	0.04
Qeyri-ərzaq malları (yanacaq istisna olmaqla)	0.02	0.03	0.08	0.04	0.03
Mineral yanacaqlar, sürtkü yağları	20.1	25.1	22.4	22.3	21.2
Yağlar, heyvan, həmçinin bitki mənşəli yağlar	0.15	0.14	0.18	0.18	0.14
Kimyəvi məhsullar və başqa yerlərdə təsnif olunmayan məhsullar	0.13	0.24	0.23	0.17	0.23
Material kimi təsnif edilən sənaye məhsulları	0.17	0.31	0.28	0.26	0.21
Maşın və nəqliyyat avadanlığı	0.21	0.05	0.09	0.16	0.08
Müxtəlif sənaye məhsulları	0.03	0.03	0.04	0.14	0.19
Digər kateqoriyalara daxil olmayan məhsullar	0.08	0.09	0.08	0.07	0.07

Mənbə: Beynəlxalq Standart Ticarət Təsnifatına uyğun ixracat quruluşu (milyon ABŞ dolları ilə) <https://www.stat.gov.az/source/industry>, 2019

Azərbaycanın sənaye istehsalının ixracında ənənəvi olaraq mineral məhsullar - xam neft, neft məhsulları ixracatı üstünlük təşkil edir. 2019-cü ildə malların ümumi ixracat həcmi - 22838618,9 min dollar, 92.4% (və ya 21277195,4 min dollar) mineral məhsulların payına düşür. Əlbətdə ki, neft Azərbaycanın sərvətidir. İxracın əsas hissəsinə təşkil edən və ölkəyə valyuta axınının təmin olunduğu neft sənayesidir. Bu qəbzlər sayəsində Azərbaycan hökuməti infrastrukturunu inkişaf etdirmək, vətəndaşların sosial rifahını yaxşılaşdırmaq və sahibkarlığa maddi dəstək vermək imkanına malikdir. Bundan əlavə, gələcəkdə neftlə əvəzlənəcək bir şey yoxdur. Dünya tələbatı ildə 1,5% artacaq və təklif əhəmiyyətli dərəcədə artmayacaq. Azərbaycan nefti digər ölkələrin nefti ilə müqayisədə rəqabət üstünlüyünə malikdir.

Cədvəl 3: Sənaye istehsalının indeksləri (%-lə)

İllər	Bütün sənaye	o cümlədən:			
		Mədənçıxarma sənayesi	Emal sənayesi	Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı
2000=100					
2005	163	159	163	121	109
2007	276	297	187	124	90
2008	293	313	200	134	90
2009	318	352	184	118	89
2010	326	357	202	127	88
2011	310	327	216	138	98
2012	303	313	228	154	100
2013	308	315	241	159	111
2014	306	309	246	169	119
2015	313	315	263	168	121
2016	312	313	266	167	120
2017	301	300	261	163	119
2018	306	301	281	174	123
2019	311	302	314	180	130
2005=100					
2007	169	187	115	103	82
2008	180	197	122	111	83
2009	195	221	113	98	82
2010	200	224	124	105	81
2011	190	205	132	114	90
2012	186	197	139	128	92
2013	189	198	148	132	102
2014	188	194	151	140	109
2015	192	198	161	139	111
2016	191	196	163	139	110
2017	185	189	160	135	109
2018	188	189	172	145	113
2019	191	190	192	150	119
2010=100					
2011	95	92	107	108	112
2012	93	88	113	121	114
2013	95	88	119	125	127
2014	94	87	122	133	135
2015	96	88	131	132	138
2016	96	88	132	132	137
2017	92	84	129	128	135
2018	94	84	140	137	140
2019	95	85	156	142	148

Mənbə: Sənaye istehsalının indeksləri (%-lə) <https://www.stat.gov.az/source/industry>, 2019

Beləliklə, Azeri Light neftinin (Azəri-Çıraq-Günəşli yataqları) sıxlığı API miqyasında 34,6 dərəcədir (Amerika Neft İnstitutu) kükürd miqdarı 0,15% (məsələn, Brend Deted neftinin sıxlığı API ilə 38,4 dərəcədir) kükürd miqdarı 0.36%, URAL-9 (Rusiya yağı) sıxlığı API ilə 32 dərəcə, kükürd miqdarı 1.3%) təşkil edir (<https://www.stat.gov.az/source/industry/>).

Azərbaycan Respublikası DSK-dan verilən məlumata görə, avtomobil benzini Gürcüstan və Əfqanıstana, maye yanacaq - əsasən İtaliyaya, sürtkü yağları - Türkiyə və MDB ölkələrinə, təbii qaz - Gürcüstan, İran və Rusiyaya, neft koksu ixrac edilmişdir. Azərbaycan kerosininin alınması üçün ilk yerdə Əfqanıstan (143467.2 min ton miqdarında), ikinci yerdə Gürcüstan, üçüncü yerdə Rusiya Federasiyası durur. Dizel əsasən Türkiyə, İtaliya, Gürcüstan, Malta, Misir, Sinqapur, İspaniya tərəfindən alınır.

DSK-nin 2019-cu il statistik məlumatlarına əsasən, ümumi sənaye məhsulunun 85% -i mədən və kimyəvi xammaldır. Sənaye istehsalının ümumi həcmində olan payının dinamikasını təhlil edək.

Cədvəldən də məlum olduğu kimi 2005-2011-ci illər üçün sənaye istehsalında istehsalın payı digər sahələrə nisbətən xeyli yüksəkdir. Hər sonrakı il üçün bir azalma olmasına baxmayaraq. 2011-ci ildən etibarən, emal sənayesinin payında əhəmiyyətli bir azalma və mədən sənayesinin payında bir artım olmuşdur. Bu proses 2014-cü ilə kimi davam etdi. Həmin meyl qrafik olaraq cədvəldə göstərilmişdir.

Belə bir SWOT təhlil aparılmışdır. Ağır sənaye, həmçinin maşınqayırma zavodunda istehsalın zəif, güclü tərəfləri, fürsətləri və təhdidləri təhlil edilmişdir.

Beləliklə dey bilərik ki, rəqabətlik, effektiv rəqabət qabiliyyəti bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyətinin uğurunu müəyyən edən iqtisadi subyektin əsas xüsusiyyətidir.

Bununla yanaşı, idarəetmənin büdcə siyasəti sosial ədalətin minimum təminatlarının yaradılmasına yönəldilməlidir. Bu səbəbdən daim diqqət altında sosial işçilərə maaşların vaxtında ödənilməsi, uşaqlar üçün müavinət borclarının azaldılması, mənzil tikintisi proqramlarının icrası, yaşayış məntəqələrinin qazlaşdırılması təmin edilir. Və bu hələ şəhər və bütövlükdə bölgə üçün yaralı nöqtə

olaraq qalır. Büdcə doldurulması üçün rəhbərlik çox və inadla çalışır, çünki bu gün problemdir. Əsas səbəb müəssisə və təşkilatların vergi borclarıdır (Məmmədov M.R. 2013: s.123).

Cədvəl 4: “Ağır sənaye və Maşınqayırma Zavodu”un işinin hərtərəfli SWOT təhlili

Güclü tərəflər	Zəif tərəflər
- hamar istehsal; - istehsalın yaxşı təşkili; - bacarıqlı istehsal; - ixtisaslı kadrlar; - ortaya çıxan problemlərin həllinin səmərəliliyi; - rəqabət qabiliyyəti; - məhsulun keyfiyyəti.	- köhnəlmiş avadanlıq, dəyişdirilməsini tələb edən; - qeyri-kafi istehsal olunan çeşidlər məhsullar; - məhsula tələb; - investisiya çatışmazlığı.
Füर्सətlər	Təhdidlər
- satış bazarlarının axtarışı; - tərəfdaşları axtarmaq; - etibarlı təchizatçıların axtarışı; - lizinqin inkişafı; - investisiyaların cəlb olunması; - yeni məhsul növləri mənimsənilməsi; - əhalinin tələbinin öyrənilməsi; - məhsul çeşidinin genişləndirilməsi; - texnoloji inkişaf, proseslər;	- satış bazarlarının itkisi; - başqa bir sahibə satmaq və siyasət dəyişikliyi.

Mənbə: Məmmədov M.R. 2013 materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Vergi sisteminin ən vacib prinsipi istehsalın büdcə maraqlarından üstün olması olmalıdır. Bununla birlikdə, hökumətin vergi siyasəti daima istehsal sektorundan kapitalı “sıxışdırır” və normal bir investisiya prosesinin inkişafına imkan vermir. Formalaşdırılan vergi sistemi daxili investisiyaların ən vacib mənbəyini - artıq gəliri bloklayır. Nəticədə, xarici kapitalın daimi xaricə axını və xarici kapitalın əks axını var. Vergi sistemini ədalətlik, sadəlik, səmərəlilik modelinə çevirmək və iqtisadi artımdakı bütün vergi maneələrini aradan qaldırmaq üçün yollar tapmaq lazımdır.

Azərbaycan sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin artırılması üzrə prioritet istiqamət ölkənin sənaye və istehsal potensialı modernləşdirilməsi, şübhəsiz rəqabətə davamlı məhsulların istehsalını təmin edəcək innovativ yönümlü müasir müəssisələrin yaradılması olmalıdır, bu isə öz-özlüyündə ölkənin ixracını artıracaqdır.

2.2. Sənaye istehsalının rəqabət üstünlüklərinin amilləri

Rəqabətlik əsasən sənaye istehsalına təsir göstərən aşağıdakı amillərin vəziyyəti ilə müəyyən olunur:

- 1) Resurslar: insan, fiziki, texnoloji, maliyyə mənbələri və infrastruktur;
- 2) Sənaye məhsullarının istehsalının xüsusiyyətləri: məhsullara və istehsal xidmətlərinə tələb;
- 3) Təchizatçılarla qarşılıqlı əlaqə: qlobal bazarda rəqabət aparan əlaqəli və dəstəkləyici sahələrin olması.

Tənzimləmə istiqamətlərdən asılı şəkildə gerçəkləşdirilə bilər: birincisi, mənbələr: müəyyən malların istehsal olunması və istehlakı ilə əmələ gəlməsi arasında bir yazışma yaratmaq zərurəti səbəbindən dövlət tərəfindən tənzimlənən insan, təşkilatı, texnoloji, maliyyə qaynaqları və infrastrukturudur (Hüseynov T.Ə. 2010: s.79).

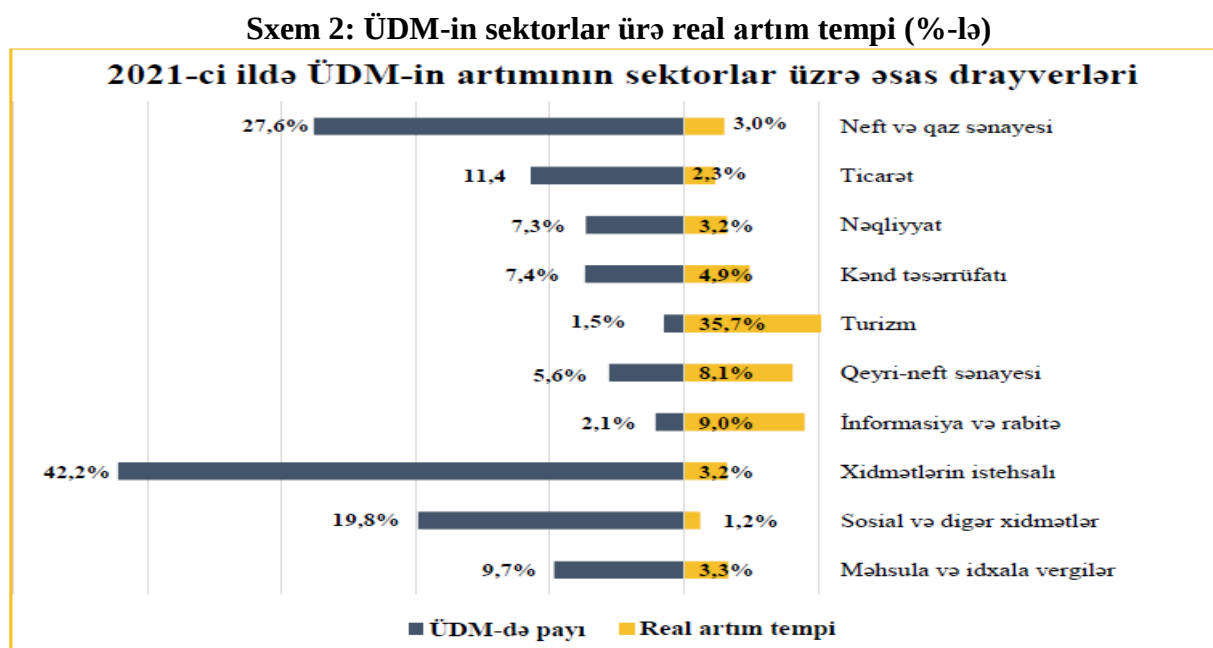
İkincisi, sənaye məhsullarının istehsalı: aşağı səviyyədə, dünya standartlarına görə, əhəlinin gəlir səviyyəsi istehlakçıların məhsul seçiminə uyğun münasibətinə kömək etmir: üstünlük keyfiyyətli deyil, daha ucuz verilir. Buna görə istehlak xüsusiyyətlərinə və məhsulun keyfiyyətinə olan daxili tələbat sənayeləşmiş ölkələrdən daha aşağıdır və bu da yerli müəssisələri rus məhsullarının xaricə tanıtılması zamanı xarici bazarın üstünlüklərinə diqqət yetirmək imkanlarından məhrum edir.

Üçüncüsü, təchizatçılarla qarşılıqlı əlaqə: bir alt qrupda əlaqəli və dəstəkləyici sənaye sahələri ilə rəqabət zəncirinə sahib olmaq, xarici təchizatçılara etibar etməkdən üstündür. Ölkədə, əslində, bütün elementləri dünya bazarında rəqabətə davamlı ola biləcək bir əlaqəli müəssisələr bloku yoxdur.

Əvvəlcə sənaye istehsalının həcminə təsir edən amilləri müəyyənləşdirək. Sənaye istehsalının həcminə təsir göstərən amillər çox geniş bir sahəni əhatə edir. Çünki sənaye istehsalı ÜDM-in əsas hissəsidir. Bu səbəbdən, yalnız daxili bazarda deyil, dünya bazarındakı dəyişikliklər də ölkənin sənaye istehsalının həcminə təsir göstərir. Təbii ki, ölkənin daxili resurslarla təminatı, istehsal müəssisələrinin mövcud vəziyyəti, kapital-iş nisbəti, sənaye sahələrindəki investisiyalar, inflyasiya,

deflyasiya, işsizlik, əmək haqqı, istehsaldakı yenilik, daxili məhsullarda gəlirlilik, sənaye mallarının tələbi və tələbi və xarici bazarlar, istehsal və hasilat sənayesi məhsullarının rəqabət qabiliyyəti və s.

Sənaye istehsalının şərtləri birbaşa müxtəlif göstəricilərdən asılıdır. Bunlar arasında istehsal xərcləri, əmək məhsuldarlığı, keyfiyyət və elmi-texniki potensial, ətraf mühit standartlarına uyğunluq və idarəetmə səviyyəsi çox vacibdir.



Mənbə: ÜDM-in sektorlar üzrə real artım tempi (%-lə) <https://www.stat.gov.az/source/industry>, 2021

Bunlar arasında birinci əhəmiyyət, fikrimizcə, istehsal xərclərinə aiddir (istehsal zamanı bu göstəricidəki azalma, fikrimizcə, xammal strukturunun yaxşılaşdırılması baxımından müəyyən edilə bilər); əmək məhsuldarlığı (müəssisələrdə sənayeləşmiş ölkələrə nisbətən 4 dəfə, yeni sənaye ölkələrində 2 dəfə az); məhsulun keyfiyyəti (inkişaf mərhələsində formalaşmış və bütün istehsal dövrü ərzində təmin edilmişdir); ətraf mühit standartlarına uyğunluq (ətraf mühitin öz nəzarəti ilə birlikdə çirklənmənin qarşısının alınması prinsiplərinin istifadəsinə əsaslanan ekoloji cəhətdən təmiz məhsulların hazırlanması); idarəetmə səviyyəsi (bir sıra amillər: daxili - elmi-texniki, istehsal, kadr potensialının istifadəsi səviyyəsi və xarici - sosial-iqtisadi, siyasət və təşkilatı).

Hal-hazırda malların keyfiyyəti böyük önəm kəsb edən global rəqabət qabiliyyətində qiymət olmayan amillər ön plana çəkilir. Bu göstəricinin təhlili

zəruridir, çünki məhsulların keyfiyyəti inkişaf mərhələsində formalaşır və bütün istehsal dövrü ərzində təmin olunur və xüsusi istehsal və istifadə şərtləri ilə birbaşa əlaqəli deyildir. Bir məhsulda rəqabət qabiliyyəti keyfiyyət (istehlak, estetika, təhlükəsizlik, ətraf mühitə uyğunluq və s.) və bu məhsulun alınması və istehlak dəyəri baxımından istehlakçıların tələblərini ödəmək qabiliyyəti olaraq başa düşülür. Beləliklə, yüksək keyfiyyətlə yanaşı qiymət və keyfiyyətin müqayisəli xüsusiyyətləri də istehlakçının istehsalın sabitliyini qiymətləndirdiyi məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyinin tərkib hissələrindəndir. Daha rəqabətli istehsal, ən aşağı qiymətə yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal edir.

Ətraf mühit faktoru təhlil edilərkən son illərdə hər bir istehsalın rəqabət qabiliyyətliliyində böyük əhəmiyyət qazandığını unutmayın. Son illərdə rəqabətli istehsal, getdikcə ekoloji cəhətdən təmiz məhsulları inkişaf etdirməyə çalışır. Ancaq bu vəziyyətdə fərdi qida maddələrinin yaxşılaşdırılmasından danışmırıq və heç bir ərazinin ekoloji vəziyyətini yaxşılaşdırmaq vəzifəsi qoyulmur. Bütün bunlar yalnız dünya birliyinin inkişaf etdirdiyi konsepsiyaya əsaslanan həll yoluna sisteməlik yanaşma əsasında mümkündür. Ətraf mühiti çirkləndirən, müasir ekoloji tələblərə cavab verməyən müəssisələrdə istehsal olunan avadanlıqdan istifadə edən və ya çirklənmiş ərazilərdən xammal qəbul edən bir müəssisədə istehsal olunan ekoloji cəhətdən təmiz məhsullarını nəzərdən keçirmə mümkün deyil (Хамел Г., Прахалад К.К. 2012: с.96).

Daha sərt ətraf mühit standartları, artan tələblər və eyni zamanda, qlobal bazarda daha sıx rəqabət şirkətləri ətraf mühitin idarə edilməsi ilə birlikdə çirklənmənin qarşısının alınması prinsiplərindən istifadə etməyə məcbur edir. Mühüm vəzifə ətraf mühit xərclərinin istehsal olunan məhsulların dəyərinə daxil edilməsi üçün bazar mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsidir. Mallar və xidmətlərin qiymətləri istehsalın ətraf mühit faktoru ilə yanaşı daha da istifadə, zərərsizləşdirmə, tullantıların zərərsizləşdirilməsi və təkrar emalı nəzərə alınmalıdır.

İndiyə qədər ətraf mühitin mühafizəsi istehsalında əsas diqqət ətraf mühitin qorunma tədbirlərinin rəşionalizasiyası olmuşdur. Müəssisələrdə, ətraf mühit fəaliyyətində, sanki təbii mühitə mənfi texnogen təsirin qoyulmasından və

problemin azaldılması üçün təsirli yollar tapmaqdan irəli gəlirlər. Modernləşdirmə kontekstində belə bir siyasət təsirsizdir, çünki sənaye tullantılarının həcminə və təbiətinə təsir yolu ilə ətraf mühiti qorumağın daha rəasional yollarını nəzərə almır. Modernləşdirərkən ekoloji problemlərin həllini iqtisadi fəaliyyətin strukturunun təkmilləşdirilməsi prosesinə daxil etmək lazımdır.

İqtisadiyyatın struktur yenidən qurulması meyarları ümumilikdə təbii mühitin qorunması məqsədlərini əks etdirməlidir. Bu cür yenidən qurulma üçün alternativ variantlar ekoloji və iqtisadi göstəricilər baxımından müqayisə olunmalıdır. Layihə və proqramların həyata keçirilməsindən əldə edilən iqtisadi effekt, həyata keçirilməsindən əldə edilən iqtisadi nəticələr ilə onların xərcləri arasında olan fərq kimi müəyyən olunur.

Rəqabətli sənaye sahələri tərəfindən ətraf mühit faktoruna uyğunlaşma motivasiyası aşağıdakılar ola bilər: təşkilatın alıcılar, investorlar, ictimaiyyət, media qarşısında imicinin yaxşılaşdırılması; müəyyən edilmiş ekoloji standartları aşdığına görə ödəniş və cərimələri azaltmaq və sığorta haqlarını azaltmaq üçün ekoloji baxımdan təmiz (təbii) məhsulların istehsalını təşkil etmək imkanı. Rəqabətli sənaye sahələri tərəfindən ətraf mühit faktoruna uyğunlaşma motivasiyası aşağıdakılar ola bilər: təşkilatın alıcılar, investorlar, ictimaiyyət, media qarşısında imicinin yaxşılaşdırılması; müəyyən edilmiş ətraf mühit standartlarını aşmaq və sığorta haqlarını azaltmaq üçün ödənişləri və cərimələri azaltmaq üçün ekoloji baxımdan təmiz (təbii) məhsulların istehsalını təşkil etmək imkanındır.

Göstəricini - idarəetmə səviyyəsini təhlil edərkən qeyd edirik ki, müəssisənin rəqabət qabiliyyətləri müəssisənin daxili amillərinin (elmi-texniki, istehsalat, kadr potensialından istifadə səviyyəsi) bir sıra və xarici sosial, iqtisadi, siyasi, həmçinin təşkilati amillər (qanunvericilik, maliyyə ilə kredit, vergi siyasəti).

Xarici amillər istehsalçının məhsul bazarında hərəkət etməsinə və istehsalın inkişafının gələcək strategiyasını təyin etməsinə imkan verən təsir tədbirlərini əhatə edir. Daxili tədbirlər, rəqabət şəraitində istehsalın səmərəli işləməsi üçün tədbirlər görməyə imkan verən tədbirləri əhatə edir.

Rəqabətli istehsal, yəni ölkəmizin beynəlxalq bazara girməsi və ümumilikdə iqtisadiyyatın əhəmiyyətli modernləşdirilməsi idarəetmə səviyyəsindən asılı olacaqdır (Вакуленко Т.Г. 2013: с.103).

Bu məsələyə nəzəriyyə ilə praktik həll yolları arasında bir boşluq olduğu qənaətinə gəldi. Müəssisələrin rəqabət qabiliyyətini dəyərləndirmək üçün yerli metodlar sisteminin formalaşması birbaşa iqtisadiyyatın modernləşməsindən asılıdır. Rəqiblərlə rəqabətdə məhsul istehsalı əsasən üç əsas amil ilə xarakterizə edilir: şəxs, fiziki, texnoloji, maliyyə və infrastruktur mənbələri; ölkədə məhsul və istehsal xidmətlərinə tələb şərtləri; beynəlxalq səviyyədə rəqabət aparan əlaqəli və dəstəkləyici sahələrin mövcudluğu.

2.3. Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyi üçün konseptual çərçivənin işlənilməsi

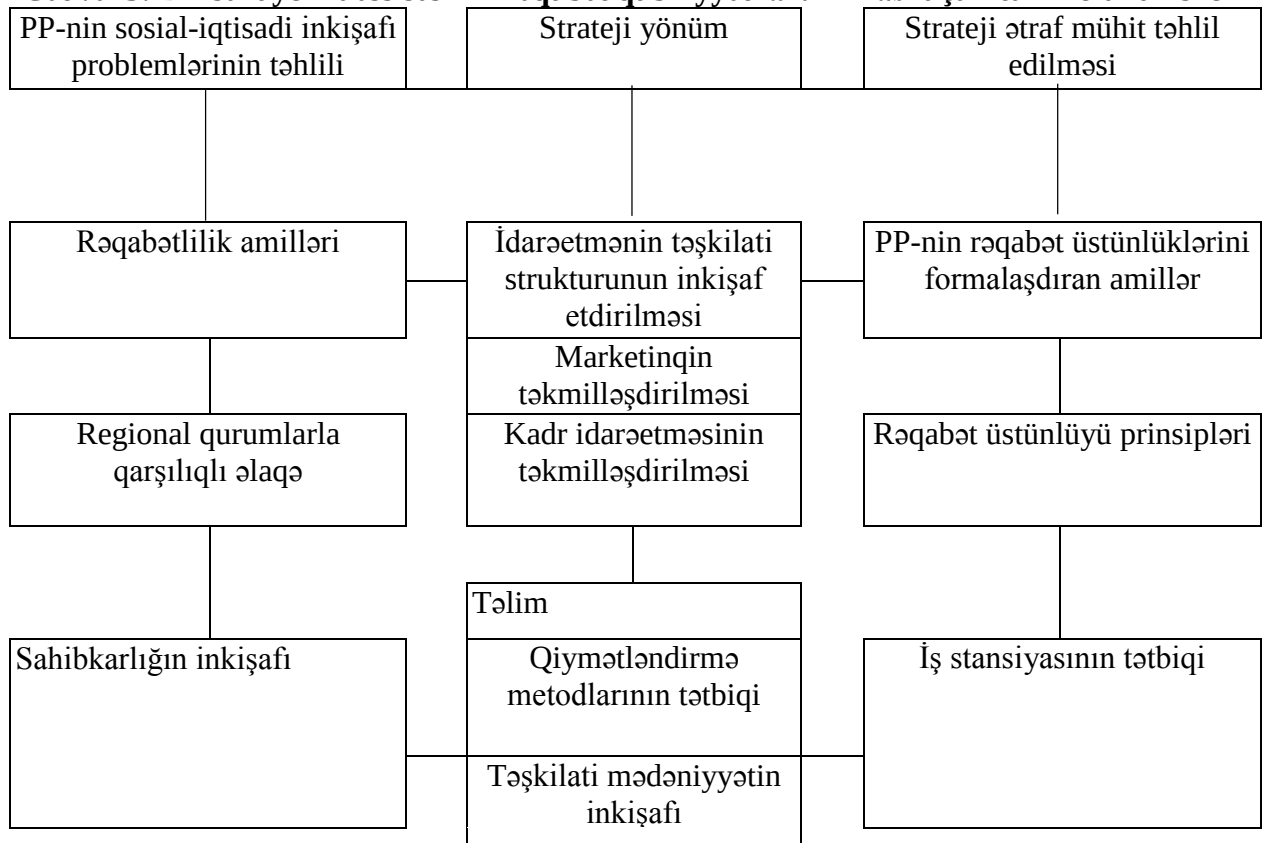
Rəqabət üstünlüyünün formalaşmasının nəzərdən keçirilən amilləri indiki mərhələdə sənaye istehsalının inkişafının ən ciddi problemini göstərir.

Azərbaycanda iqtisadi islahatların inkişafının təhlilindən məlum olur ki, idarəetmə yeni bir müəssisə növünün formalaşması ilə məşğul olduğu yerlərdə - idarəetmənin təşkilati strukturunun adaptiv şəkildə yenidən qurulması - yeni xidmətlər və idarəetmə funksiyaları yaradır və nəticə dərhal təsir göstərir. Şirkət bazar tələblərinə uyğunlaşır, rəqabət şəraitində sağ qalması və inkişafı təmin edən strategiyalar hazırlayır.

Proqramın rəqabət qabiliyyətinin tamamilə yeni bir konseptual sxeminə ehtiyac var ki, bu isə proqramın rəqabətçi üstünlüklərini təşkil edən amillər nəzərə alınaraq yeni şərtlərdə həyata keçirilə bilər (Хамел Г., Прахалад К.К. 2012: с.114).

Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin konseptual sxemi təşkilati, həmçinin idarəetmə fəaliyyətinin məzmunu və texnologiyasını müəyyənləşdirən bloklar sistemidir. Hər bir bloku ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirək, çünki hər biri xüsusi maraq doğurur.

Cədvəl 5: Bir sənaye müəssisəsinin rəqabət qabiliyyəti artırılması üçün təklif olunan sxem



Mənbə: Хамел Г., Прахалад К.К. 2012: с.123

Müəllifin konseptual sxemində, PP-nin sosial-iqtisadi inkişafı problemlərinin təhlili xüsusi yer tutmaqdadır. Bu blok olmadan gələcək dövr üçün sənaye istehsalının həcmi, yeni məhsulların inkişafı, sənaye müəssisələrinin maliyyə vəziyyəti, investisiya fəaliyyətləri və s. kimi göstəriciləri planlaşdırmaq və proqnozlaşdırmaq mümkün deyil. Təhlil olmadan müəssisədə həll edilməsi lazım olan problemləri müəyyənləşdirmək mümkün deyil, ona görə ki, bu blok birbaşa proqram təminatının rəqabət qabiliyyətinə təsir edir.

Bir müəssisənin strateji yönümünün formalaşması prosesi mütərəqqi bir hərəkətə ehtiyac olduğunu, rəqiblərdən daha yaxşı olmaq üçün bir şey etmə ehtiyacını, onların qarşısında prioritetlərə çatma anından başlayır.

Fikrimizcə, strateji oriyentasiya, hər növ istehsal fəaliyyətini, bütün işçiləri əhatə edən, onları mütərəqqi inkişafa, sosial-iqtisadi həyat səviyyələrini yüksəltməyə yönəlmiş zamanla inkişaf edən çoxölçülü bir fenomen kimi təmsil edilə bilər.

Sənaye istehsalının strateji istiqaməti davamlı olaraq həyata keçirilməlidir. Beləliklə, bazarın cəlbədiciliyinin parametrlərinin qiymətləndirilməsini, strateji planın hazırlanmasını və strateji büdcənin tərtib edilməsini nəzərdə tutur. Sənaye istehsalının fəaliyyətinin strategiyalara əsaslanaraq qiymətləndirilməsi çox vacibdir. Bazar münasibətləri mühitində istehsalın müasir strateji oriyentasiyası aşağıdakıları nəzərdə tutur:

- müəssisənin rəqabət qabiliyyət səviyyəsinin dəyərləndirilməsi;
- məhsulların həyat dövrü əsasında istehsalın rəqabətə davamlılığı və şaxələndirilməsi vəziyyətinə əsaslanan fəaliyyət və missiyanın məqsədlərini tənzimləmək;
- idarəetmə sisteminin inkişaf etdirilməsi və bilik və idarəetmə bacarıqları inkişafı əsasında kadrların peşə hazırlığı səviyyəsinin artırılması;
- müəssisənin rəqabətçi statusunu artırmaq üçün ən müasir texnologiyaların və prioritet inkişaf strategiyalarının tətbiqi yolu ilə yenilikçi dəyişikliklərin aparılması və potensialının inkişafı (Вакуленко Т.Г. 2013: с.59).

Sənaye istehsalının hər hansı bir bazarı fəth etməsi imkanları təkcə daxili deyil, eyni zamanda rəqabət qabiliyyətin təsir edən xarici amillərdən asılıdır. Sxem rəqabət qabiliyyətin təmin edən amilləri vurğulayır: xarici şərtlər və daxili maneələr (zəruri investisiyalar, dövlət tənzimləməsi, vergilər və s.); texnoloji yenilik (yenilik) səviyyəsi; şaxələndirmə səviyyəsi; bazara çıxış şərtləri; effektiv tələb və digərləri. Bu amillər rəqabətin intensivliyinə təsir göstərir və beləliklə istehsalın rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinə təsir göstərir.

İdarəetmə sisteminin işlənmiş konseptual sxemi xarici mühitin təsirini nəzərə alır. Ətraf mühitin strateji təhlili əlverişlidirsə və istehsal prosesləri optimal şəkildə işləyirsə, şirkət rəqabət potensialına malikdir. Xarici mühit istehsalın rəqabət qabiliyyətini təyin edə bilən yerli potensialın sabitliyinin pozulmasında xarici faktor kimi çıxış edir (Хаїєк Ф. 2009: с.16).

Ətraf mühitin müxtəlif amillərinin öyrənilməsi və istehsalın onların daim dəyişməsinə uyğunlaşma imkanları istehsalın iş rejimini müəyyənləşdirir və strateji inkişafa istiqamətləndirir. Faktların vaxtında və tam nəzərə alınması, orqanizmin

dəyişikliklərə sürətli uyğunlaşması müəssisələrə bazar mövqelərində böyük üstünlüklər verir və ən əsası bazarda artan qeyri-müəyyənlik və rəqabət şəraitində rəqabətcabiliyyətliliyi və sağ qalmağı gücləndirir.

Konseptual sxemə daxil olan və nəzərə alınan bloklar sənaye istehsalının inkişafı və təkmilləşdirilməsi üçün böyük önəmə malikdir. Əlbətdə ki, effektiv fəaliyyət üçün hər bir istehsalın strateji inkişafı olmalıdır, çünki strategiya zəruri rəqabət üstünlüklərini inkişaf etdirmək üçün imkan verir. İstehsalın xarici mühit və daxili imkanları arasında bir tarazlıq tapmaq üçün bir strategiyaya ehtiyacı var. Strateji, bir sənaye istehsalının inkişafını təmin edən perspektivli qərarlar qəbul etmək məqsədilə ümumiləşdirilmiş, integrasiya olunmuş bir modeldir. Ümumi strategiyanın əsas məqsədi komandanın və fərdi işçinin yaşamasını və inkişafını təmin etməkdir.

Fikrimizcə, sənaye istehsalının rəqabət cabiliyyətinin artırılmasının strateji cəhətləri potensialın yaxşılaşdırılması üçün rəqabət cabiliyyətinin artırılmasına yönəlmiş tövsiyələrdir (texnologiya, avadanlıq, kadr hazırlığı səviyyəsinin artırılması); bazarı, rəqibləri araşdırmaq, strateji iqtisadi zona (ticarət seqmenti) tapmaq və regional siyasət kontekstində istehsalın təşkilati təkmilləşdirilməsi üçün xüsusi strateji tədbirlərdir. Bunun üçün hər bir istehsalın rəqabət cabiliyyətini artırmaq məqsədilə öz strategiyasını inkişaf etdirmək planlaşdırılır. Strateji inkişaf prosesi missiya inkişafını, bir sıra analizləri (güclü, həmçinin zəif tərəfləri) və istehsal imkanlarını əhatə etməlidir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA SƏNAYE İSTEHSALININ RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN ARTIRILMASI YOLLARI

3.1. Sənaye istehsalında kadr idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi

Bütün qurumu təsir edən kompleks dəyişikliklərin müvəffəqiyyəti yalnız düzgün tərtib olunmuş hədəflərdən və dəyişiklik strategiyasından deyil, həmçinin onların həyata keçirilmə proseslərindən də asılıdır. Korporativ səviyyədə kompleks dəyişikliklərin idarə edilməsinə müasir yanaşmalardan biri də “təşkilati inkişaf” dır. “Təşkilati inkişaf” ın mərkəzində təşkilati proseslərə rəasional (mühəndislik) yanaşmalara və müəssisələrin strateji yönümünə yönəlmiş bir istiqamət var.

Rəqabət qabiliyyətlərini qorumaq istəyən müəssisələr ətraf mühitdəki dəyişikliklərə, yeni texnologiyaların ortaya çıxmasına, tənzimləmə və qanunvericilik bazasındakı dəyişikliklərə dərhal və adekvat cavab verməlidirlər.

Bütün dünyada, böyük müəssisələrin və dövlət qurumlarının rəhbərləri işlərində istifadə etdikləri yol və üsulları, işlərini uğurlu edən prosedurları uzun müddət məhsuldar işləmədiklərini görürlər. Yeni çağırışlara cavab vermə üçün yeni və daha əhəmiyyətli yollar inkişaf etdirilməli və həyata keçirilməlidir.

Bir çox sənaye yalnız işçilərinin peşəkarlığından deyil, həm də işgüzar məqsədlərini başa düşmə qabiliyyətindən və bacarıqlarından da faydalanmağa çalışmalıdır. Əvvəllər fiziki çeviklik tələb edən bir çox iş indi şüura daha tələbkar olmalıdır. Müəssisələr ağıllı şəxslərin köməyinə ehtiyac duyurlar (Джебоис У.С. 2005: с.85).

İşçi qüvvəsinin təbiəti də dəyişdi. İşçilər iş günündən yalnız maaşdan daha çox şey gözləyirlər. Rəqabət etmək, qarşılıqlı və geribildirim axtarmaq, məsələni sona çatdırmaq, “niyə baş tutmadığı” ilə maraqlanmaq, rəhbərlik və həmkarları ilə məmnuniyyətlə dostluq körpüləri qurmaq istəyirlər. İstəklər üst-üstə düşmədikdə, iş performansı ümumiyyətlə pisləşir. Kadrların keyfiyyəti açıq şəkildə irəli atılan addımdır. Fikrimizcə, kadrların keyfiyyətini müəyyən edən faktotlara aşağıdakılar daxildi: müvafiq məlumatları qəbul etmək və istifadə etmək bacarığı, ən yeni texnologiyalar istifadə etmək, bazar vəziyyətindəki dəyişikliklərə sürətli və çevik

reaksiya vermək, bacarıqlarını daim artırmaq müəssisə mühitindəki dəyişikliklərə adekvat cavab verə bilmək və s. daxil etmək olar.

Yuxarıda göstərilən amillərin hər birinin kadr amilinin səmərəliliyinin artırılması yolu ilə istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasına təsirinin müəyyən edilməsi sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətlərini təmin etmə və qoruma üçün əlavə imkanlar tapmağa imkan verəcəkdir.

Əksər sənaye istehsalında sürətlənmiş dəyişiklik və artan rəqabət dünyasında çalışır. İqtisadiyyat, siyasət, qlobal bazar mühiti, iş və sosial məsələlər bu gün daha dinamikdir. Yeni şərtlərə uyğunlaşma bacarığı və məsuliyyət hər bir müəssisənin yaşaması və çiçəklənməsi strategiyasının ayrılmaz hissəsidir.

Sənaye istehsalı ənənəvi olaraq daxili inkişaf proqramlarından asılı olublar. Təcrübə göstərir ki, səlahiyyətli yardım olmadan təşkilati dəyişiklik edildikdə, sənaye istehsalı qısa müddətli olur. Bu gün hər bir sənaye istehsalının rahatlıq və dəyişiklik yolu ilə uzunmüddətli böyüməsi üçün daimi, sistemə strategiyalara ehtiyac var. Bu strategiyalar ən yaxşı şəkildə xarici məsləhətçilər və mütəxəssislərinin birgə söyləri ilə gerçəkləşdirilə bilər.

Belə strategiyaların yaradılması üçün texnika, prosedurlar və sənətkarlıq mövcuddur. Onlar yaxşı dizayn edilmiş idarəetmə proqramları və tədqiqatları, təhsil və iş idarəçiliyi və insan davranışı elmi yolu ilə iş və sənayedə inkişaf etdirilmişdir. Bir çox sənaye öz təşkilati fəaliyyətini yeniləmək və təkmilləşdirmək üçün daim ehtiyac olmasını qəbul edir və işçilərinə mütəxəssislər və məsləhətçilər cəlb edirlər.

Peşəkarlaşma idarəetmənin əsas xüsusiyyətidir. İdarəetmənin peşəkarlaşma meyarına görə iki funksiya qrupu ayrılır: fəaliyyətlərin peşəkarlaşdırılması və menecerlərin peşəkarlığıdır (Фиюнин В.И., Морозов В.В. 2000: с.93).

İdarəetmənin inkişafı ilə peşəkarlaşma funksiyaları yeni məzmunla zənginləşir, yeni funksiyalar ortaya çıxır və funksiyaların daha da təfərrüatlandırılması və fərqləndirilməsinə ehtiyac yaranır. Hal-hazırda funksional və sistem menecerlərinin peşəkarlaşması problemi aktiv şəkildə inkişaf etdirilir, həmçinin rəhbər kadrların peşəkarlaşması problemi, əsas idarəetmə peşələrində karyera formalaşması modelləri yaradılır.

Cədvəl 6: İdarəetmə funksiyaları qrupları

Nəzarət funksiyaları	
Fəaliyyətlərin peşəkarlaşması funksiyaları	Menecerlərin peşəkarlaşma funksiyaları
Yenilik	Təşkilat
Sənaye istehsalı Demokratiya	Humanizm və qətiyyət Etik davranış
Sosial məsuliyyət Təhsil	Hüquqi şüur

Mənbə: Юданов А.Ю. 2001: с.163.

Sənaye perspektivləri açmalı və yüksəlişə zəmanət verməlidir. İşə götürülən gənclər, fikrimizcə, 6 aydan bir ilə kimi sənayedə sınaqdan keçirilməlidir. Gənc bir mütəxəssis maaş almaq üçün hansısa bir vəzifəyə yazılmalıdır. Aylıq müxtəlif vəzifələrə köçürülə bilər. Hər bir gənc mütəxəssisə testin hər mərhələsində mövzu üçün istehsalat tapşırıqları təyin edə bilən və qərarın nəticələrinə əsasən xüsusi hazırlanmış gündəliyə qiymətləndirmə aparan bir kurator təyin edilməlidir. Testin bütün mərhələlərində test prosesində müsbət qiymət alan bir test subyekti nominasiya ehtiyatına daxil edilə bilər.

Fikrimizcə, kadrlar şöbəsinin irəliləməsi üçün ehtiyatın inkişaf planlarını üç-beş il qabaq hazırlaması lazımdır. Bu planlar həm yatay, həm də şaquli şəkildə hərəkəti əhatə etməlidir. Hər köçürmədən əvvəl peşəkar inkişaf istehsalda fasiləsiz təmin edilməlidir. Xaricdə işgüzar səfərlər ən yaxşı təcrübələri öyrənmək, müxtəlif vəzifələrdə təcrübə keçmək və tətildə, xəstəlik zamanı və s. Beləliklə, kadrların karyera rəhbərliyi, işçinin qabiliyyətlərini ortaya qoymağa və onları ən yaxşı şəkildə tətbiq etməyə kömək edəcək bir karyera inkişafı proqramının hazırlanması ilə başlamalıdır. Rəsmi bir karyera idarəetmə proqramı, insanlara işlərini həm müəssisənin, həm də fərdi inkişafına kömək edən bir sıra iş köçürmələri olaraq qəbul etmək üçün imkan verəcəkdir.

Dövlət qulluğu işçilərinin idarəetməsinin təkmilləşdirilməsində, onun peşə və kvalifikasiya inkişafında mühüm rolu dövlət aparatının kadr potensialının inkişafına və rəşadətli istifadəsinə təkan verən elmi əsaslandırılmış metod və texnologiyalar seçimi oynayır.

Kadr idarəetməsinin təkmilləşdirilməsində xüsusi əhəmiyyət, münaqişə və böhran vəziyyətlərinin rəhbərlik tərəfindən vaxtında tanınmasıdır. Böhran vəziyyətləri fərqlidir və lider “xəstəlik” diaqnozu qoymalı, “müalicə” yollarını axtarmalıdır. Bir böhran, daxili dəyişikliklər olmadan həyatı davam etdirə bilmədiyi bir təşkilatın vəziyyəti olaraq qəbul edildisə, bu, hər bir təşkilatın həyat dövrünün bir hissəsindən digərinə keçərkən yaşadığı normal bir “böyümə böhranı”dır. Böhranın “insan ölçüsü” varsa, bu vəziyyətdə aşağıdakı problemlər yarana bilər: kadrlar üçün müasir tələblərin uyğunsuzluğu və alətlərə sahib olmaq bacarıqları (kompüter savadlılığı, yeni analiz metodları, peşə psixologiyası barədə məlumat); - böhrandan çıxma şərtlərinin diktə etdiyi yeni daxili qayda və qaydaların heyət tərəfindən rədd edilməsidir.

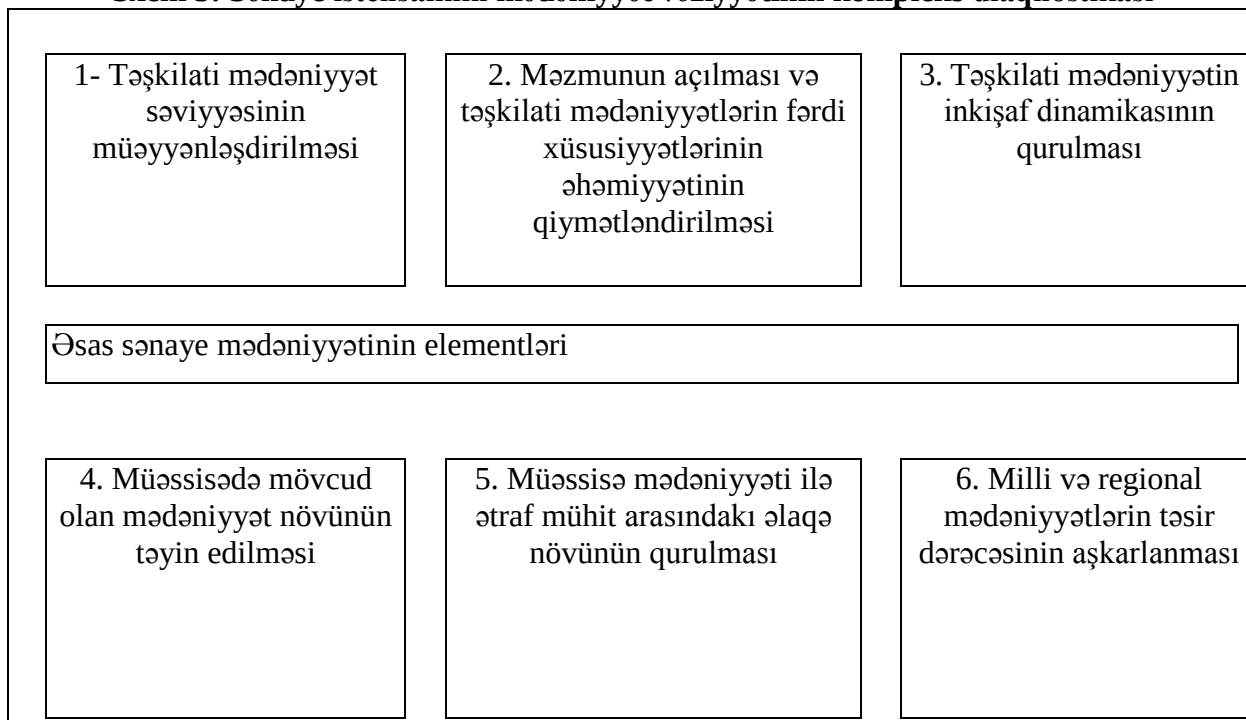
Sənayenin peşəkar və rol tərkibindəki dəyişiklik yeni təşkilati və mədəni meyarların ortaya çıxmasına səbəb olur. “Ailə” mühiti, təbii ki, etik standartlara uyğun olaraq rəqabətlə əvəz olunur, çünki sənaye istehsalının təşkilati mədəniyyətinin əsas komponenti məhz rəqabətdir. Sırr deyil ki, sənayenin uğurunda və normal fəaliyyətində aslan payı sənayenin mədəniyyətindən asılıdır. Təşkilati mədəniyyət sahəsində dərin hərtərəfli tədqiqatların aparılmasına ehtiyac yaradan budur. Tədqiqatları aparmaq üçün sənaye istehsalının mədəniyyət vəziyyətinin kompleks diaqnostikası modelini yaradaq.

Bazar hərəkətini proqnozlaşdırmaq çətindir, əvvəlcə riskli addımlar ataraq, ondan irəliləməlisiniz, yoxsa rəqiblər addım atacaq, sonra da gəlirləriniz cibinizdə olacaq.

Kadr idarəciliyinin təkmilləşdirilməsində əsas məqam İR şöbəsidir. Kadrların idarə olunması məsələləri ilə məşğul olan kadr xidmətinin yeni bir imicini formalaşdırmaq üçün kadr zabitinin yalnız iş dəftəri və işçi kartı sahibi kimi ənənəvi baxışını dəyişdirmək lazımdır. Fikrimizcə, müasir İR şöbəsinin əməkdaşı, sənaye idarəetmə sistemində yüksək statusu olan bir şəxsdir. Fərdi kadr məlumatlarını toplaya və analiz edə, təşkilatın həyatı üçün vacib olan fəaliyyətin xüsusiyyətlərini öyrənməli, kadrların dəyərləndirilməsi və seçilməsi məqsədilə texnologiyalar hazırlamalı və tətbiq etməli, müxtəlif əmək təşviq sistemlərinin müqayisəli təhlilini

və təcrübələrini aparmalı, kadr ehtiyacını hesablamaq, kadr prosesini proqnozlaşdırmaq, müəssisədə mövcud olan əsas prinsipləri təkmilləşdirmək və həyata keçirməkdir.

Sxem 3: Sənaye istehsalının mədəniyyət vəziyyətinin kompleks diagnostikası



Mənbə: Как рассчитать производственную мощность предприятия <https://assistentus.ru/vedenie-biznesa/proizvodstvennaya-moshchnost/>. 2019

Beləliklə, yeni kadr xidmətlərinin təyin edilməsi kadr idarəçiliyi üçün funksiyaların genişləndirilməsidir. Bunun üçün sırf kadr məsələlərindən əməyin təşviq sistemlərinin inkişafına, peşəkar təşviqin idarə edilməsinə və əmək bazarının marketinqinə keçmək lazımdır.

3.2. Sənaye istehsalının təşkilati strukturunu bazar şəraitinə uyğunlaşdırmaq üçün tövsiyələrin hazırlanması

Bir müəssisənin inkişaf etməsi və genişləndirilməsi mexanizmi (işçilərin sayının artması deməkdir) aşağıdakı iki prosesin həyata keçirilməsindən ibarətdir:

- Artıq mövcud struktur bölmələrində təzə işçilərin işə qəbulu;
- Yeni struktur bölmələrin bir sahibkarlıq subyektinin idarəetməsinin mövcud təşkilati strukturuna daxil edilməsi.

Texnoloji cəhətdən birinci və ikinci proseslər bir-birinə bənzəyir, ancaq yalnız ikincinin birincisiz heç etmədiyi dərəcədədir. Buna görə yalnız ikincisinin mexanizmini nəzərdən keçirəcəyik.

Yeni bir struktur bölməsini təqdim etmə prosesinə başlamazdan əvvəl, sənayenin buna hazır olduğundan əmin olmaq lazımdır.

Bir sənayenin hazırlıq səviyyəsi aşağıdakı xüsusiyyətlərin qiymətləndirilməsinə əsasən müəyyən oluna bilər:

1. Sənaye istehsalının mövcud xidmətlər və şöbələr tərəfindən həyata keçirilməsi ya təsirsiz və ya mümkünsüz olan hansısa bir funksiyaya ehtiyacının olması, müxtəlif səbəblərdən (məsələn, bu bölmədə xidmətin daha da inkişaf etdirilməsinin mümkünsüzlüyü səbəbindən) xidmətləri daxil olduqları struktur bölmələrdən ayırmaq da lazım ola bilər;

2. Sənayenin bütün işçiləri tərəfindən yeni bir vahid daxil edilməsinin zəruriliyi və məqsədəuyğunluğu barədə məlumatlandırma;

3. Struktur blokda menecerlərin gələcək bölmə rəhbərini öz komandalarına qəbul etməyə hazır olması, bu komandaya qəbul edilməsi üçün (bu ehtiyacın və məqsədəuyğunluğun fərqində olmaq, bu namizədlərin təsdiqlənməsi);

4. Lazımi kadrların mövcudluğu:

- öz funksiyalarını yerinə yetirmək üçün qadir olan, gələcək bölmənin funksiyalarının praktiki gerçəkləşdirilməsi üçün lazımi səriştələrə sahib gələcək bir liderin və ya komitənin olması;

- gələcək şöbənin lazımi minimum səlahiyyətli işçilərinin mövcudluğu (Тренингов. 2000: с.49).

Yuxarıda göstərilən məqamların hamısına müsbət cavab verə bilsəniz, birbaşa yeni bir struktur vahidinin daxil edilməsi üçün sənaye istehsalının hazırlanmasına başlamaq və investisiya qoyuluşundan əvvəl, investisiya və investisiya layihəsi gerçəkləşdirilməsinin əməliyyat mərhələsini xatırladan bir neçə mərhələni əhatə edən təşkilatı funksional hazırlığa gətirmək:

1. sənaye istehsalının idarəetmə təşkilatı strukturuna yeni bir struktur vahidinin tətbiqi metodunun inkişaf mərhələsi və əsaslandırılması:

1.1. İnvestisiya imkanlarının təhlili, ola biləcək məbləğin təxmini sənayenin yeni bir struktur vahidinin formalaşmasına investisiya qoymaq;

1.2. Anketin doldurulması, investisiyanın səmərəliliyini və məqsədəuyğunluğunu hesablamaq, bu sənayenin gələcək paketini tərtib etmək və lazımi tədqiqatları aparmaq;

1.3. sənayenin yüksək rəhbərliyi üçün yeni bir struktur vahidinin tətbiq olunmasının mümkünlüyü barədə hesabat hazırlanması; 2. Yeni bir struktur vahidinin tətbiqi mərhələləri aşağıdakı ardıcılıqla baş verir:

2.1. gələcək rəhbər və tabeliyində olan şəxslər üçün iş yerlərinin ayrılması və ya yaradılması;

2.2. gələcək yeni bir şöbənin müdiri üçün iş təsvirinin hazırlanması (zəruri hallarda eyni anketdən istifadə edə bilərsiniz);

2.3. təlim, sənayenin funksional quruluşunun inkişafı üçün zəruri osayılan işçiləri;

2.4. sonra sənaye istehsalı üçün aşağıdakı sifarişlərin verilməsi:

2.4.1. yeni bir struktur vahidinin formalaşması haqqında;

2.4.2. əvvəllər təhsil almış bir işçinin təzə bir vahid rəhbəri vəzifəsinə təyin olunması yaxud da müəyyən bir quruluşun müvəqqəti rəhbərinin təyin edilməsi haqqında;

2.4.3. formalaşdırılmış strukturun işçilərinin təyin edilməsi haqqında;

2.5. tabeliyində olanlar üçün yeni iş vahidi vahidinin rəhbəri tərəfindən hazırlanması;

2.6. yeni bölmənin fəaliyyətə başlaması üçün bütün lazımi materialların alınması.

Yeni yaradılan struktur bölmənin fəaliyyət mərhələləri:

3.1. yeni bölmənin işə salınması;

3.2- yeni strukturun məqsədyönlü işləməsi;

3.3. fəaliyyətinin təmin olunması:

3.3.1. lazımi mənbələrin alınması;

3.3.2. bölmənin iş yerlərində təmir və bitirmə işlərinin aparılması;

3.3.3. heyətin yenilənməsi;

3.3.4. mövcud kadrların peşəkar inkişafı və digər fəaliyyətlər;

3.4. bölmənin inkişafı və təkmilləşdirilməsi.

Yeni bir struktur vahidinin formalaşması və istismarı üçün sadalanan addımlara əlavə olaraq, yeni bir vahid daxil etmək üçün bütün sənaye istehsalının aşağıdakı hazırlığını aparmaq lazımdır:

1. vahiddən keçən maliyyə axınlarının dövriyyəsi mexanizmi üzərində düşünmək;

2. bölmənin sənayenin ümumi sənəd dövriyyəsinə və digər əlaqəli fəaliyyətlərə daxil edilməsi üçün ilkin şərtlər yaratmaq (Фатхутдинов Р.А. 2003: с.79).

Yeni bir struktur vahidinin tətbiqi üçün təklif olunan sxem sərt şəkildə rəsmiləşdirilməyib. Lazım gələrsə, burada göstərilməyən addımlar və əməliyyatlar daxil ola bilər yaxud da lazımsız olanları istisna edə bilər. Ancaq təklif olunan metod universal hesab edilə bilər, çünki sənayedə yeni bir struktur vahidinin formalaşması üçün bütün standart addımları əhatə edir və həmçinin sənayedəki sağlam düşüncə və idarəetmə metodlarına zidd deyil.

Bu tövsiyələr yeni bir şöbənin daxil edilməsi üçün deyil, mövcud olanların yenidən təşkili üçün də tətbiq oluna bilər.

Müxtəlif struktur vahidlərinin və onların birliklərinin vəziyyətini göstərən göstəricilər, bir sənaye istehsalının təşkilati idarəetmə strukturunun fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin nəticələridir.

HR xidmətlərinin digər, daha az əhəmiyyətli bir funksiyası, rəsmi hərəkətlər sahəsindəki işçilərin gözləntilərini, onların yerinə yetirilmə ehtimalı dərəcəsini, axtarış ilə işə qəbul sahələrini təhlil etmək məqsədilə bəzi tədbirlər olaraq başa düşülən İK marketinqinin həyata keçirilməsidir.

Sənaye istehsalında onsuz da təhsil müəssisələrinin kiçik illərində perspektivli gənclər axtarır. Təhsilini başa vurduqdan sonra müəssisəyə işə gəlmək şərti ilə zavod hesabına təqaüd verilir, sənaye praktikasının keçməsinə, tezislərin yazılmasına, tətillə zamanı iş təmin edilir. Bunu gələcək mütəxəssislər üçün böyük kömək hesab edilir. İK marketinqi kadrlara ehtiyac, ixtisaslarını artırmaq və ya dəyişdirmək imkanları barədə məlumatların təşkilat daxilində yayılmasını nəzərdən keçirir (Фатхутдинов P.A. 2003: c.119).

Sadəlikdən kadr xidmətlərinin işi, xüsusən də sayını tez bir zamanda dəyişdirmək və iqtisadi fəaliyyətin real ehtiyaclarına uyğunlaşdırmaq lazım olduqda, kadrlarla işin çevikliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırdığı tamamilə aydındır.

Kadrların idarə olunması (KİO) prosesində həlledici məqam attestasiya və müsahibələr sistemi ilə təmsil olunan peşəkar fəaliyyətin qiymətləndirilməsidir. KİO İşçi ilə menecer arasındakı münasibətlərdə əsas və rəsmi bir məqamdır. Menecer tabeliyində olanların hər biri ilə ildə ən az bir dəfə təsdiqləmək və rəsmi bir müsahibə aparmaq məcburiyyətindədir. KİO-nun əsas məqsədi fərdi performansla nəzarət etməkdir. Bununla yanaşı, müsahibədən işçinin növbəti il üçün işinin istiqamətini, təhsilini yaxşılaşdırmaq üçün ehtiyaclarını müəyyənləşdirmək üçün də istifadə edilir.

Həmin proses vacibdir, çünki hər bir işçiyə iş yerindəki xüsusi vəziyyətdə diqqət yetirmək işçilərin aktivləşməsinə imkan verir və işçi qüvvəsi planlamasını həyata keçirməyə kömək edir. Bu yanaşma təkbaşına və ya maddi təşviqlərlə birlikdə istifadə edilə bilər.

İşçinin işinin qiymətləndirilməsinin nəticələrinə əsasən, xidmətdə irəliləməsi və ya təlim və ixtisasartırma üçün tədbirlər görməsi mümkündür. Strategiya baxımından peşəkar fəaliyyət qiymətləndirilir:

- mövcud kadrlardan optimal istifadə etməklə istehsalın təşkilinin səmərəliliyini artırmaq üçün;

- potensiallarını yerinə yetirmələrini təmin etmək məqsədilə daha məsuliyyətli iş görməyi bacaran işçiləri müəyyənləşdirmək üçün;

- işçilərin öz inkişafı üzrə yardım etmək üçün ehtiyaclarına, təşviq və istedadlarına diqqət yetirərkən, peşəkar böyümək istəyi təşviq edilir (Шепеленко Г.И. 2000: с.134).

İş rotasiyası xaricdə geniş yayılmış bir metoddur. Aşağı səviyyəli meneceri üç ildən bir il müddətinə şöbədən şöbəyə keçirərək yeni meneceri işinin müxtəlif aspektləri ilə tanış edir. Nəticədə menecer müxtəlif problemləri öyrənir, əlaqələndirmə ehtiyacını, müəssisənin müxtəlif şöbələrinin məqsədləri arasındakı əlaqəni başa düşür.

Dönmə və peşə bacarıqlarının daim yüksəldilməsinə ehtiyac insan psixikasının xüsusiyyətləri ilə izah olunur. Bir işə girərkən insan ümumiyyətlə iddialı ümidlər, nikbinlik, yeni bir iş və yeni bir komanda təşəbbüsü stimullaşdırır. Bu ümidlər həmişə reallaşmır və bir müddət məyusluq və məyusluqdan sonra işçi təzə bir iş yerində qərarlaşır və qarşısında duran vəzifələri səriştəli anlamağa başlayır. Növbəti mərhələlər güclü bacarıqlara yiyələnməkdir - özündən, kollektivdəki yerindən narazılığın yeni bir dalğası: bir insan işinin gələcək yaradıcı inkişafına və maddi stimullaşdırılmasına ehtiyac hiss edir.

Fikrimizcə, avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinin tətbiqi, güclü rəqabət şəraitində mübahisəsiz zəruri və həyati bir müəssisənin inkişaf etməsi üçün bir addımdır.

Sənaye istehsalı, ilk növbədə, iqtisadi bloku kompüterləşdirməyə çalışmalıdırlar. Qərar qəbul etmək məqsədilə zəruri olan əsas məlumatlar mühasibat şöbəindən gəlməlidir. Təəssüf ki, əksər hallarda sənaye istehsalında avtomatlaşdırma təsadüfən və qismən həyata keçirilir. Nəticədə, sənaye avtomatlaşdırılmış iş yerlərinin yaradılmasına çox pul sərf edərək mühasibat hesabatının hazırlanmasında bir neçə gün qalib gəlir. Lakin menecer hələ də lazım olan məlumatları almır.

Təsadüfi avtomatlaşdırma və personalın buna hazır olmaması səbəbindən hadisələr də baş verir. Sənayelərdə standartlaşdırılmış idarəetmə sistemi olsaydı, problemlər öz-özünə aradan qalxardı. İdarəetmədə keyfiyyətli nəticə fərdi işçilərin yaxud da müəyyən bir xidmətdəki çox sayda kompüterin fərdi istedadının və keyfiyyətinin nəticəsi deyil, müəyyən bir hərəkət zəncirinin təbii nəticəsi olmalıdır. Rəhbərlik tərəfindən verilən qərarlar bir qədər tez və dəqiq həyata keçirilməlidir. Bu səbəbdən də idarəetmə aparatı effektiv həllərin inkişafı və onların hərtərəfli yerinə yetirilməsi üçün bir maşın olmalıdır (Поптер М. 2010: с.142).

Ancaq bir fabrik konveyeri kimi prosesi sürətləndirəcək və personalın fərdi xüsusiyyətlərindən daha az asılı vəziyyətə gətirən bir mexanizm lazımdır. Belə bir mexanizm ümumilikdə idarəetmə aparatı və xüsusən də xüsusi məmurlar üçün fəaliyyət alqoritmini əhatə edən idarəetmə standartları ola bilər. Tələb olunan effektivliyə bu alqoritmə sarsılmaz riayət etmək, riayət olunmasına ciddi və müntəzəm nəzarət edərək nail olmaq olar.

Kadrlarla işin yaxşılaşdırılmasında mühüm amil tənzimləyici və metodiki dəstəkdir. Metodoloji və tənzimləyici sənədlərin hazırlanması və tətbiqindən ibarətdir. Ən vacibi, fikrimizcə, daxili əmək qaydalarıdır; kollektiv müqavilə; şöbə qaydaları; işin təsviridir.

- İş təsviri, hər bir vəzifə üzrə hüquq, vəzifə və məsuliyyəti tarazlaşdırmağa imkan verir;

- fərdi idarəetmə funksiyalarının təkrarlanmasını aradan qaldırmaq;
- sənayedəki məlumat axınlarını asanlaşdırmaq;
- sənaye istehsalının kadr idarəetməsinin effektivliyini təmin etmək.

Ehtiyacın planlaşdırılmasına lazımi diqqət yetirilməlidir. Kadr ehtiyaclarını planlaşdırarkən sənaye yalnız tələbi nəzərə almamalı, eyni zamanda hazırda hansı kadrların mövcud olduğunu və gələcəkdə potensial olaraq hansı işçilərə ehtiyac duyulacağını bilməlidir. Lazımi bir addım mövcud işçi qüvvəsinin hərtərəfli təhlilidir. İşçi qüvvəsinin dövriliyyətini, məşğulluq imkanlarını nəzərdən keçirmək planlarını və işçi cəlb etmək planlarını nəzərə almaq məsləhətdir. Hər şeydən əvvəl kadrlara ehtiyac müəyyən edilməli,

- daxili - əlavə işlərə bölünən kadrların cəlb edilməsi mənbələri öyrənilməlidir;
- tapşırıqların bölüşdürülməsi və ya işçilərin köçürülməsi;
- xarici - yeni işçilər işə qəbulu.

İstehsal sahəsindəki kadr potensialının formalaşması kimi vacib bir məsələni həll etmək üçün, fikrimizcə, əmək ehtiyatlarına olan tələbatı təyin edərkən, istehsalın hazırlanması və istismarı mərhələlərini ayırmaq lazımdır. İdarə heyətini, orta rəhbər heyəti, texniki işçiləri və digər mütəxəssisləri yalnız təlimləri üçün deyil, eyni zamanda istehsal prosesinə hazırlıq üçün iştirak etmək üçün əvvəlcədən qeydiyyatdan keçirmək lazımdır (Кирцнер И.М. 2001: с.104).

Gələcək ehtiyaclarını müəyyənləşdirən rəhbərlik, onları qarşılamaq üçün bir proqram hazırlamalıdır. Ehtiyac bir məqsəddir, bir proqram isə buna çatmaq məqsədli bir vasitədir. Proqrama təşkilatın məqsədlərinə nail olmaq üçün tələb olunan şəxslərin cəlb edilməsi, işə qəbulu, təlimi və təbliği üçün xüsusi bir cədvəl və fəaliyyət daxil edilməlidir.

Fikrimizcə, sənaye istehsalının əmək ehtiyatlarının inkişafı proqramına konkret iş qrafiki və işçilərin cəlb edilməsi (tutulması), işə götürülməsi, yetişdirilməsi və təşviqi təşkilati tədbirləri daxil edilməsi zəruridir. İnsan resursları fəaliyyətləri aşağıdakıları əhatə etməlidir:

- kadr seçimi və yerləşdirilməsi üçün meyar və metodların təkmilləşdirilməsinə dair təkliflər;
- sənayedəki personalın sertifikatlaşdırılmasının yaxşılaşdırılması və yüksəldilməsi üçün ehtiyatla işlənməsi, kadrların ixtisasının artırılması;
- sənaye istehsalına işçilər cəlb etmək, işə götürmək və saxlamaq üçün əmək haqqının strukturu və müavinət növləri barədə təkliflər;
- əmək fəaliyyətinin dəyərləndirilməsi və işçilərin diqqətinə çatdırılması;
- təşkilatı və iş şəraitini yaxşılaşdırmaq üçün tövsiyələr, yəni. iş həyatının keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq (işçilərin öz işlərindən məmnun qalmaları, əməyin həcmnin genişləndirilməsi və məzmununun zənginləşdirilməsi, pul mükafatlarının müxtəlif birləşmələri, əlavə üstünlüklər və mənəvi stimullar) (Поптер М. 2010: с.78).

- işçilərin az yaxud da çox məsuliyyətlə vəzifələrə köçürülməsi, başqa vəzifələr yaxud da iş sahələrinə keçərək peşəkar təcrübələrini inkişaf etdirmək;
 - komandadakı sosial və psixoloji mühitin yaxşılaşdırılması üçün tövsiyələr.
- Kadr ehtiyaclarını planlaşdırarkən aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır:
- əmək resurslarına tələb və təklifin ümumi qiymətləndirilməsi;
 - milli və regional səviyyələr üzrə mövcud işçi qüvvəsinin və bacarıqlı kadrların ixtisaslı və texniki kadrlara ehtiyac baxımından qiymətləndirilməsi;
 - işə qəbul, həmçinin işdən azad olunmaq proseduru münasibətlərini, habelə əmək haqqı səviyyələrini, əlavə ödənişləri və onların gözlənilən illik böyüməsini əhatə edən əmək qanunvericiliyinin əsas müddəaları;
 - mövcud əmək qanunvericiliyinə uyğun olaraq müəyyən edilən illik iş növbələrinin sayı.

Müxtəlif səviyyələrdə işçilərin təlim ehtiyaclarını, hər bir kateqoriya üzrə bu cür təlimin müddətini, təlimin yeri və şərtlərini müəyyənləşdirmək lazımdır. İstehsal öncəsi mərhələdə sənaye ərazisində təlim mərkəzləri qurula bilər. Digər hallarda, fərdlər xaricdə təhsil ala bilərlər; bu cür təlim texnoloji lisenziyalaşdırma və müştərək sənayelərdə texniki yardımın vacib bir elementidir. Təlim proqramları əhəmiyyətli maliyyə mənbələri tələb edə bilər. Təlimin dəyəri zəruri və məqsəduyğun, ən təsirli investisiya sahəsidir (Грачев А.В. 2013: с.67).

Təlim yalnız istehsalın qurulması mərhələsində deyil, gələcəkdə də lazımdır, çünki ixtisas və idarəetmə bacarıqlarının artırılması davamlı bir prosesdir. Bu iki mərhələdə təlim xərclərini müvafiq olaraq hesablamaq üçün təlimə ehtiyac istehsaldan əvvəlki mərhələ və əməliyyat üçün ayrıca müəyyənləşdirilməlidir. Təlim xərclərinin hesablanması bir yolu əmək haqqı, əlavə müavinətlər, sosial sığorta haqları və s. daxil olan standart xərclərdən istifadə etməkdir. Səyahət və təhsil haqları bir-birindən xeyli fərqləndiyindən ayrıca hesablanmalıdır.

Nəticədə, kadr idarəetmə sistemi hansısa bir müəssisənin idarəetmə sistemlərinin əsasını təşkil etməkdədir.

Fikrimizcə, kadr menecmenti anlayışı kadrların idarə edilməsinin mahiyyəti, məzmunu, vəzifələri, meyarları, prinsipləri və metodları və onun konkret şəraitdə həyata keçirilmə mexanizmi barədə fikirlər sistemidir.

Müasir kadr menecmenti konsepsiyaları, bir tərəfdən inzibati idarəetmə prinsipləri və metodlarına, digər tərəfdən işçinin şəxsiyyətinin artan roluna, onun motivasion münasibətləri barədə biliklərə, təşkilatın qarşısında duran vəzifələrə uyğun olaraq formalaşdırmaq və yönləndirmə qabiliyyətinə əsaslanır. Bu səbəbdən menecerləri və işçiləri yeni dəyərlərə istiqamətləndirmək lazımdır: təşkilat daxilində əsas işçilər, təşkilat xaricində isə istehlakçı və onun maraqlarıdır. Sənaye üçün prioritet dəyərlər personalın səmərəliliyi, təşəbbüskarlıq, maraq, yaradıcı potensialın inkişafı və məsuliyyət hissidir (Макаренко М.В., Махалина О.М. 2007: с.96).

Kadr menecmenti konsepsiyasının əsası hal-hazırda: işçinin şəxsiyyətinin artan rolu, onun motivasion münasibətləri haqqında biliklər, onları sənaye istehsalının məqsədlərinə və vəzifələrinə uyğun formalaşdırmaq və istiqamətləndirmək bacarığıdır.

Beləliklə, sənaye istehsalının idarəetməsinin təşkilati strukturunun uyğunlaşdırılması üçün verilən tövsiyələr sənayenin yaşamasını və inkişafın təmin edə bilən yeni şəraitə uyğunlaşmağa imkan verir.

3.3. Sənaye istehsalının idarə olunmasının təşkilati quruluşunun səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

Peşəkar idarəetmə sisteminin köklü funksional yenilənməsinin müasir şəraitində bir çox sənaye istehsalının fəaliyyətinin yekun nəticələrini yaxşılaşdırmaq üçün təşkilati əlaqələrdən ən effektiv istifadə etmək üçün imkan yaradan təşkilati idarəetmə strukturunun rəşionalizasiyasına böyük diqqət yetirir. İdarəetməni ayrı-ayrı bölmələr üzrə qurmaq (müəyyən funksiyalar dəstiylə) sənaye istehsalı strategiyasının həyata keçirilməsinə uyğun olaraq idarəetmə yanaşmalarının səmərəliliyinin artmasını təmin edir. Bu baxımdan, idarəetmənin mövcud təşkilati strukturunun və onun gələcək inkişaf meyllərinin qiymətləndirilməsi mühüm yer tutur.

İdarəetmə təşkilatının mürəkkəb elementləri kimi istehsalın və idarəetmənin təşkilati strukturları, idarəetmə işçilərinin hazırlanması, məlumat və idarəetmə üsullarının təşkili keyfiyyətlərinə və profilinə olan tələbləri böyük ölçüdə əvvəlcədən müəyyənləşdirir, idarəetmə texnologiyası ilə sıx əlaqəli və böyük ölçüdə mövcud iqtisadi mexanizmdən asılıdır. Bunu sənaye istehsalının təşkilati və idarəetmə aparatlarının quruluşu inzibati idarəetmə sistemi dövründə yaradıldığı, istehsalın maksimum həcmnin problemlərinin həllinə yönəldildiyi və tələblərə, xüsusiyyətlərə tam cavab verdiyi üçün edilməlidir. Bu gün sənayenin əsas vəzifəsi məhsul istehsal etmək əvəzinə satmaq olduğu zaman mövcud təşkilati və idarəetmə strukturları bir növ əyləc rolunu oynayır (Кирцнер И.М. 2001: с.134).

Sənaye istehsalının rəhbərliyinin təşkilati strukturunun fəaliyyətinin effektivliyini obyektiv hərtərəfli qiymətləndirmək çətindir, ona görə ki, hər bir sənayedə özünəməxsus spesifik xüsusiyyətləri olan çox sayda fərqli cəhəti nəzərə almaq lazımdır. Ancaq buna baxmayaraq, bu problemin həllinə iki yanaşma var:

1. Bir təsərrüfat subyektinin idarəetmə təşkilati strukturunun fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinə maliyyə yanaşması - yəni aşağıdakı növlər daxil olmaqla sənaye istehsalının təşkilati strukturunun istismar xərclərinin (idarəetmə xərcləri) nə qədər səmərəli olmasının qiymətləndirilməsi üzrə xərclər:

a. ayrı-ayrı struktur vahidlərinə qədər şöbələr və idarəetmə səviyyələri üzrə sıralana bilən sənaye istehsalı menecerlərinin işi üçün ödəniş dəyəri;

b. üçüncü bir sənaye istehsalının konsaltinq xidmətləri üçün ödəniş şəklində təqdim edilə bilən idarəetmənin özünün təşkilati strukturunun fəaliyyətinin səmərəliliyi və səmərəliliyinin formalaşması, dəstəklənməsi, iclaslar kimi müəyyən tədbirlərin xərcləri müxtəlif növ komitələr, uzunmüddətli fəaliyyətlərini təmin etmək, ekspert şuralarının və ya müxtəlif mütəxəssislərin işini maliyyələşdirmək və s.;

c. sənaye istehsalında inzibati aparatın (binalar, ofis avadanlığı, mebel və s.) işləməsi üçün zəruri olan müxtəlif maddi sərvətlərin alınması (yaxud da icarəyə götürülməsi) və təmir xərcləri və əlaqədar istismar xərcləri;

d. bir menecerin işinin ümumiyyətlə qeyri-mümkün olduğu müxtəlif istehlak mallarının xərcləri (avadanlıq, kopyalama və kopyalama üçün kağız, dəftərxana ləvazimatı və sarf materialları). Elektrik avadanlığı üçün ödəniş, onsuz ofis avadanlığı və s.

2. Bir işin subyektinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinə sisteməlik yanaşma - yəni. təşkilatın bir sistem olaraq fəaliyyət göstərməsinin keyfiyyətinin və ya aydın şəkildə rəsmiləşdirilməsinin çətin olduğu, lakin aşağıdakı ən vacib cəhətlərin müəyyənəşdirilə biləcəyi cəmi:

a. İnformasiya axınlarının işin qiymətləndirilməsi, aşağıdakı mövqelər ilə xarakterizə olunur:

1. ümumi cavab müddəti;
2. intensivlik;
3. ixtisar;
4. təkrarlama;
5. qeyri-sabitlik;
6. səhv;
7. təqdimat forması (Владимирова Л.П. 2015: с.89).

b. Aşağıdakı mövqelərin təhlili yolu ilə reallaşdırıla bilən tapşırıqlara həll keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi:

1. müxtəlif tapşırıqların icrası və konkret hədəflərə, vaxta və kəmiyyət xüsusiyyətlərinə nail olma üçün müəyyən edilmiş uyğunluq;
2. “darboğazların” olması və onların zərərsizləşdirilməsinin effektivliyi;
3. vəzifəli şəxslərinin yerinə yetirdiyi funksiyaların uyğunluğu təlimatlar;
4. sənaye istehsalının daxili atmosferi (atmosferi istehsal, ofis binalarında), tədbirlərin keyfiyyəti və s.

Bu işdə bir sahibkarlıq subyektinin idarəetmə təşkilati strukturunun fəaliyyətinin effektivliyin qiymətləndirmək məqsədilə müəllif maliyyə analizindən istifadə etməyi tövsiyə edir və bu sənaye istehsalının ümumi mənzərəsini daha aydın əks etdirə bilər.

İdarəetmənin təşkilati strukturu, ilk növbədə, bütün səviyyəli menecerləri özündə birləşdirən sənaye istehsalının idarəetmə sistemi olduğundan, fəaliyyətinin effektivliyinin əsas göstəricisi bir sahibkarlıq subyektinin iş fəaliyyətinin qiymətləndirilməsidir (Бригхем Ю. 2010: с.102).

Sənaye istehsalı xətti-funksional istehsal idarəetmə sistemini tətbiq edir. Bu sistem istehsalın nəticələrindən məsul olan liderin səlahiyyətlərini qoruyub saxlayarkən vahid bir rəhbərlik xəttinin və tabeliyində olanların birbaşa təsir yolunun yaradılmasını təmin edir. Xətti-funksional quruluşun əsası “ mənimdir”. İdarəetmə aparatının hansısa bir xidmətinin iş nəticələri onların məqsədi və vəzifələrinin gerçəkləşdirilməsini xarakterizə edə bilən göstəricilərlə qiymətləndirilir. Məsələn, istehsalın idarə edilməsi xidmətlərinin işi - istehsal cədvəlinin həyata keçirilməsinin göstəriciləri, resurs xərcləri, əmək məhsuldarlığı, keyfiyyət, istehsal gücündən istifadədir. Kadr idarəetməsini həyata keçirən xidmətləri qiymətləndirmək üçün kadr dəyişikliyi, əmək intizamı və digər parametrlərdən istifadə edilir. Bu səbəbdən, ilk olaraq hər bir xidmət tərəfindən yüksək göstəricilərin əldə edilməsinə yönəlmiş maddi təşviq sistemi qurulur.

Xətti-funksional idarəetməsi strukturlarının istifadəsində olanuzun illərin təcrübələri, idarəetmə aparatlarının əksər müntəzəm, tez-tez təkrarlanmış prosedur və əməliyyatları idarəetmə tapşırıq və funksiyalarının müqayisəli dəyişməzliyi ilə

yerinə yetirməli olan yerlərdə ən təsiredici olmasını göstərdi: sərt əlaqə sisteminin vasitəsilə, hər bir alt sistem və ümumilikdə təşkilatın aydın bir işi təmin edilir.

Təşkilati və istehsal strukturunun formalaşmasına və inkişafına əsas təsir idarə olunan obyektin xüsusiyyətləri, məqsəd və vəzifələri, yerləşməsinin xüsusiyyətləri, mövcud rabitə sistemi, vəziyyəti ilə müəyyən edilmiş sistem daxili amillər tərəfindən gerçəkləşdirilir. Maddi-texniki baza, bütün kateqoriyalı kadrların ixtisas səviyyəsi və digərləri daxildir. Həmişə idarəetmə sistemlərinin analiz mərkəzindədirlər və analizin nəticələrini sistem daxili amillərdə sistemləşdirmək üçün aşağıdakılarla əlaqəli amilləri ayırmaq adətliidir.

- Sənaye istehsalının mövcud potensialından istifadənin yaxşılaşdırılması ilə;
- Sənaye istehsalının istehsal və texniki potensialının inkişafı ilə;
- Sənaye istehsalının vəzifələrində və inkişaf hədəflərində dəyişiklik ilə.

Xüsusi bölmələr, şöbələr, bürolar, idarələr və s. Bir sənaye istehsalının idarəetmə aparatında təşkilati formalar kimi çıxış edirlər. Son illərdə kompüter mərkəzləri, məlumat xidmətləri, bir təhsil sistemi və qabaqcıl təhsil əlaqələri müstəqil əlaqələr olaraq seçilməyə başladı. Sənayenin sifarişi ilə ünvanlı təhlillər, diaqnostika, inkişaf strategiyası hazırlanması və s. apara bilən konsaltinq şirkətləri yaradılır, mövcud təşkilati strukturların vəziyyətini izləmək, dəyişdirmək və qiymətləndirmək məqsədilə bir sistem formalaşdırmaq vacibdir (Бакуленко Т.Г. 2013: с.89).

Təəssüf ki, indiyə qədər sənaye istehsalının mühasibat və hesabatında hələ də öz əksini tapmamışdır. Bu xüsusiyyətlər idarəetmə orqanlarının tərkibinin, idarəetmə orqanlarının kəmiyyət parametrlərinin, təşkilati idarəetmə sistemindəki iyerarxik və funksional əmək bölgüsünün, idarəetmə orqanlarının qarşılıqlı əlaqələrinin və tabeliyinin təhlilində ən dolğun əksini tapmışdır.

3.4. Azərbaycanda sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyinə dair hərtərəfli strategiyanın formalaşdırılması

Bu bölmədə Azərbaycanda sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyinin aktual məsələləri nəzərdən keçirilmişdir.

Eyni zamanda, bir sənaye istehsalının fəaliyyəti səviyyəsində bazarın yaradılmasının təsiri məsələsi çox aktual olaraq qalır. Hər bir sənayenin bazar şəraitində öz davranışı var, çünki ona geniş müstəqillik verilir.

Bazar şəraitində müəyyən iqtisadi qərarlar qəbul edən sənayelər, fəaliyyət göstərdikləri elastikliyi daim qoruyub saxlamaq üçün iqtisadiyyata, xarici amillərin təşkili və istehsal planlaması, bazar qeyri-müəyyənliyi üzərində artan təsiri nəzərə almalıdırlar (Mahmudov M.M., Mahmudova İ.M. 2011: s.126).

Azərbaycanın Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin artırılması məsələləri əlbəttə ki, strateji əhəmiyyət daşıyır və uzunmüddətli biznes inkişaf planları çərçivəsində həll edilməlidir. Fərdi funksional strategiyaların formalaşdırılmasına ənənəvi yanaşmadan fərqli olaraq, rəqabət qabiliyyətini artırmaq strategiyası (bundan sonra iş və ya rəqabət strategiyası) ekzogen və endogen birləşmədən istifadə etmək üçün perspektivli fəaliyyətlərin konsepsiyası və planı kimi qəbul oluna bilər. Sənaye istehsalının rəqabətli bazar üstünlüklərini qorumaq və artırmaq üçün rəqabət qabiliyyətinin amilləri vacibdir. Eyni zamanda, problemin müəssisə üçün əhəmiyyətindən və spesifikliyindən asılı olaraq, işdə rəqabət qabiliyyətini təmin etmək məqsədilə tapşırıqların və tədbirlərin strateji bir “vizionunu” formalaşdırmaq üçün rəhbərlik üçün tövsiyə olunan fəaliyyət ardıcılığı aşağıdakı ola bilər:

- 1) baza dövründə sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin müəyyən edilməsi;
- 2) sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin ekzogen amillərindən istifadə üçün strateji hədəflərin və tədbirlərin hazırlanması;
- 3) sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin endogen amillərindən istifadəsi;
- 4) sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyəti artırılması üçün strateji planın həyata keçirilməsi məqsədilə tədbirlərin hazırlanması.

Eyniləşdirmə (diagnostika) mərhələsində idarəetmənin əsas məqsədi bir sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinin ümumiləşdirilmiş qiymətləndirmələrini

əldə etməkdi ki, bu isə öz növbəsində istehsal edilən məhsulların müvafiq parametrləri və ekzogen birləşmənin potensialı ilə müəyyən olunur. Belə vəziyyətdə əsas vəzifələr bunlardır:

a) rəqib müəssisələrin məhsullarının oxşar parametrləri ilə müqayisədə şirkət məhsulları rəqabət qabiliyyətinin parametrlərinin müqayisəli dəyərləndirilməsi;

b) məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin rəqabət üstünlüklərini və rəqabət zəifliklərini müəyyən edən parametrlərinin müəyyənləşdirilməsi;

c) rəqabət zəiflikləri (ilk növbədə) və şirkət məhsullarının rəqabət üstünlükləri ilə birbaşa və dolayı səbəb əlaqəsində olan ekzogen və endogen amillərin tərkibinin müəyyənləşdirilməsi (Məmmədov M.R. 2013: s.146).

Azərbaycanda sənaye istehsalının təhlili müəyyən bir nəticə çıxarmaq imkanı verir, yəni: sənayelərdə köhnə avadanlıqlar işləyir, əsas vəsaitlərin aşınması tezliklə fəlakətli nəticələrə səbəb olacaqdır. Bildiyiniz kimi rəqabət mexanizmi köhnəlmiş texnologiyalardan istifadə edən sənaye istehsalını bazardan kənarlaşdırır.

Analiz edilən üç müəssisədə mənfəət kimi bir göstəricinin qeyri-şəffaf olduğu ortaya çıxdı. Əslində sənayelər mənfəət əldə etmədən fəaliyyət göstərirlər. Bəzilərinə həqiqətən yoxdur (yalnız öz hesablarına işləyirlər), bəziləri üçün mükəmməl olmayan vergi sistemi üzündən göstərmək sadəcə sərfəli deyil. Yəni belə çıxır ki, bir qazanc olsa da, şəhər büdcəsinə çatmayacaq. Məhsul çeşidləri arzuolunan çox şey buraxır. Sənayelər üçün təhlükə satış bazarlarının itkisi, istehlakçıların ödəmə qabiliyyətinin olmaması səbəbindən satışların olmaması, başqa bir sahibə satış təhdidi və siyasətdəki dəyişiklik nəticəsində yaranır. Sənayelərdə yeni texnikanın inkişafı planlaşdırılmır və həyata keçirilmir. İstehsal sahəsində heç bir yenilik yoxdur. Ancaq aktiv rəqabət məhsulların istehsalı, satışı və istismarında yeniliklərin davamlı tətbiq olunmasını nəzərdə tutur.

Sənayelərdə pul yoxdursa və bölgə verə bilmirsə, yenilikçi bir fikir və rəqabət qabiliyyətin artırılması məqsədilə yeganə vasitə ola bilər. Fikirlər texniki (məhsulların yaxşılaşdırılması, maddi istehlakın azaldılması) və təşkilati (müşətilərlə işin yeni metodları, onlara xidmət etməyin yeni üsulları) ola bilər.

Yenilikçi bir fikri olan bir sənaye istehsalı, kömək üçün bankın kredit şöbəsinin müdiri ilə əlaqə saxlayaraq bir çox bankdan asanlıqla kredit cəlb edə bilər. Təəssüf ki, təhlil olunan sənaye istehsalında yenilikçi bir fikir yoxdur.

Təklif olunan strategiya inkişaf sxemi aşağıdakı strateji fəaliyyətləri təklif edir:

- təmin etmək məqsədilə bir missiya və strategiyanın hazırlanması aşağıdakı komponentlərdə rəqabətqabiliyyətlilik:

1. strateji hədəf və vəzifələrin daha dəqiq ifadə edilməsi yolu ilə sənaye istehsalında idarəetmənin səmərəliliyini artırmaq;

2. idarəetmə mexanizminin təkmilləşdirilməsi (funksiyaları, qərar qəbul etmə metodları və müasir idarəetmə texnologiyaları tətbiqi);

3. sənaye istehsalında marketinq fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi (məhsulların həyat dövrü üçün daxili praktik marketinqin inkişafı, bazar araşdırmaları, strateji iqtisadi zonanın seçilməsi və s.) (Фиюнин В.И., Морозов В.В. 2000: с.123)

Sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyini artıran bu problem bölgənin bütün sənaye sektorunun rəqabət qabiliyyətini artıran ümumi səviyyənin artmasına yardım edir. Ən əsas strateji investisiya, maliyyə və iqtisadi siyasət və ümumiyyətlə bazar münasibətlərinin inkişafıdır.

Bizim fikrimizcə, sənaye istehsalı üçün təklif olunan strategiya modeli təsirli olur və çətin iqtisadi şəraitdə yaşamağa kömək edəcəkdir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Təhlil edilən dövrdə istehsal olunmuş ÜDM-in təxminən 30% -ni təşkil edən iqtisadiyyatın sənaye sektoru, davam edən iqtisadi islahatlar sayəsində ciddi zərər gördü. Bunun olması, ən çox sənayedəki struktur dəyişikliklərində özünü göstərdi ki, bu da hasilat sənayesinin payının artmasına, bir sıra emal sənayesində istehsalın azalmasına və rəqabət qabiliyyət səviyyəsinin azalmasına, texnoloji geriləmənin artmasına, avadanlıq parkı, icazə verilən səviyyədə yuxarı fondların aşınması və nəticədə fəlakətli bir səviyyəyə gəlirlilikdə azalmaya gətirib çıxardı.

1. Tədqiqatın nəticələri sənaye istehsalının mövqeyinin gücləndirilməsinə, praktikada yeni bir yanaşmanın tətbiq edilməsinə və sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin formalaşdırılmasına yönəldilmişdir, bazar münasibətləri şəraitində sənayenin müntəzəm inkişafına kömək edəcəkdir. Sənaye istehsalının fəaliyyətinin səmərəliliyi, müasir şəraitdə inkişafı idarəetmə mexanizminin səmərəliliyinin artmasından asılıdır.

2. Bir sıra sahələrə çox mənfi təsir göstərən aparılan islahatların bütün mürəkkəbliyinə və ziddiyyətlərinə baxmayaraq, onların əsas nəticəsi bazar iqtisadiyyatının əsas konturlarının inşası idi. Hazırda sənaye istehsalının böyüməsi tendensiyası olmuşdur və istehsalın inkişaf etməsi üçün əlverişli şərait yaradılsa, bu tendensiylərin intensivləşməsinə, daha sonra sənaye istehsalının sürətli böyüməsini gözləmək olar.

3. Azərbaycanda sənaye istehsalının inkişafındakı əsas tendensiylərin təhlili göstərir ki, yeni iqtisadi artım modelinə keçmək üçün sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyini artırmaq üçün bir nəzəriyyə və metodologiya inkişaf etdirmək gərəkdir ki, bu isə onların yaşaması üçün bir şərt və effektiv fəaliyyətdir. İndiki dövrdə bir çox Azərbaycan sənaye istehsalında rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirmə üçün məqsədyönlü, daimi, elmi əsaslandırılmış kompleks bir sistem yoxdur və bu da bütövlükdə sənaye istehsalının səmərəliliyinə mənfi təsir edir.

4. İqtisadiyyat ədəbiyyatının təhlili göstərir ki, yerli elm məlum səbəblərə görə sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyəti konsepsiyasının öyrənilməsinə yeni başlayır, hər ikisi də sübut edir.

- tərifinə bu cür fərqli yanaşmaların olması və sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətini dəyərləndirmək üçün ümumilikdə qəbul olunmuş bir metodologiyanın olmaması. İstədiyiniz rəqabət səviyyəsinə çatmaq problemi də nəzəri olaraq həll olunmamışdır.

5. Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin mahiyyətinin öyrənilməsi aparılmış, malların rəqabət qabiliyyətindən fərqləri aşkar edilmişdir. Göstərilir ki, bir sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin təhlil edilməsi və dəyərləndirilməsi daim aparılmalıdır ki, bu da rəqabətqabiliyyət göstəricilərindəki azalmanın başlama anını vaxtında müəyyənləşdirməyə və təşəbbüskar tədbirlər görməyə imkan verəcəkdir.

6. Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirmə üçün mövcud metodların bir sıra ciddi çatışmazlıqları vardır ki, bu da tədqiqatda ətraflı şəkildə təsvir edilmişdir. Eyni zamanda, sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi üçün mövcud metodların aşkar edilmiş çatışmazlıqlarının əsas səbəbinin bir tərəfdən, əksər iqtisadçılar tərəfindən sənayelərin rəqabətqabiliyyət konsepsiyasının əvvəlcə qeyri-müəyyən şəkildə müəyyənləşdirilməsidir.

7. Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin artırılması probleminin həlli strateji xarakter daşıyır və yalnız strateji planlaşdırmanın düzgün təşkili ilə mümkündür. Bir sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətini artırma üçün bir strategiya hazırlanması müvafiq məlumat və metodoloji vasitələrdən istifadəni əhatə edir, bunlar:

- sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin özəl, ümumiləşdirici və ayrılmaz göstəriciləri;
- Sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin təhlil edilməsi və qiymətləndirilməsi üçün imkan verən məlumat bazası;
- Rəqabətlik səviyyəsinə uyğun olaraq sənayenin bazardakı mövqeyinin qiymətləndirmə miqyası.

Bütün bu məqamlar dissertasiyada nəzərə alınır və onlar üzərində konkret təkliflər hazırlanır.

8. Sənaye istehsalı strategiyalarının, yerli və xarici müəlliflər tərəfindən təklif olunan əsas rəqabət strategiyalarının müəyyənləşdirilməsinə müxtəlif yanaşmalar nəzərdən keçirilir, strategiyaların rəqabət üstünlükləri ilə əlaqəsi göstərilir.

9. Sənaye istehsalının rəqabətqabiliyyətlilik strategiyasının formalaşdırılmasına dair müəllifin hərtərəfli texnoloji modeli hazırlanmışdır.

Nəticədə qeyd edirik ki, sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətini formalaşdırmaq problemi mürəkkəb və çoxşaxəlidir. Biz onun bir çox məsələlərini araşdırmaq vəzifəsi qoymadıq, ancaq Azərbaycan iqtisadiyyatında islahatların aparıldığı bu dövrdə, fikrimizcə, fundamental, həlledici əhəmiyyətə malik olan məsələlərə analitik diqqət verdik. Bazar münasibətlərinin formalaşması əlbəttə ki, sənaye istehsalının idarəetmə mexanizminin təşkili ilə bağlı konseptual məsələlərin hazırlanmasını tələb edir.

Köklü dəyişikliklər dövründə, yeni sosial-iqtisadi münasibətlərin formalaşması, sənaye istehsalının fəaliyyəti və inkişafı problemi mühüm yer tutur. İndiki mərhələdə rəqabətə davamlı olmaq sənaye istehsalı üçün xüsusilə vacib bir vəzifədir.

Yeni rəqabətçi bir modelin yaradılması bölgədəki bir sıra ciddi problemlərin həllini zəruri edir. Mühüm əsas problem sənaye istehsalının rəqabət qabiliyyətinin formalaşması üçün sənayenin inkişafına kömək edəcək yeni bir konseptual sxemin hazırlanmasıdır. Sənaye istehsalında zəruri strateji yönümlü mexanizm və təşkilati idarəetmə strukturlarının olmaması iflasa səbəb olur.

Rəqabət statusu bazara uyğun potensialdır. Kadrların səviyyəsi bu müasir texnologiyaya uyğun olmalıdır.

Rəqabət qabiliyyətini artırmaq məqsədilə təklif olunan inkişaf, modellər və tövsiyələr Azərbaycanın sənaye istehsalında praktik tətbiqini tapmışdır.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı. “Respublika” qəz. Bakı, 2014, 27 fevral.
2. Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2004-2008-ci illər). “Mülkiyyət” qəz., Bakı, 2004, 14 fevral.
3. Azərbaycan Respublikasında ağır sənaye və maşınqayırmanın inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi 2016.
4. Azərbaycanın statistik göstəriciləri (2018), DSK, Bakı
5. Abdullayev Z., Bağirova Z.Ə. (2010). “Sənayenin mahiyyəti və təşkilinin prinsipləri”. Bakı, “Şərq və Qərq”, 421 səh.
6. Əhmədov M.A., Hüseyn A.C. (2011). İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsasları, Bakı, “Şərq və Qərq”, 412 səh.
7. Əyyubov V.S., Tağıyev A.M. (2014). “Milli iqtisadiyyatın tənzimlənməsi”, Bakı, “Elm”, 341 səh.
8. Hüseynov T.Ə (2010), “Sənayenin iqtisadiyyatı”, Bakı, “Elm”, 324 səh.
9. Mahmudov M.M., Mahmudova İ.M. (2011). “Regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsi”, Bakı, “Apastrof”, 417 səh.
10. Manafov Q.N. (2011). “Sahibkarlıq nəzəriyyəsi”, Bakı, “İqtisad Universiteti”, 429 səh.
11. Məmmədov M.R. Beynəlxalq iqtisadi rəqabətqabiliyyəti və onu formalaşdıran amillər”, Vergi jurnalı 5, 2013, s.36-38

Rus dilində

1. Адамов В.Е., Ильенкова С.Д., Сиротина Т.П., Смирнов С.А. (1996), Экономика и статистика фирм. М.: Финансы и статистика, 425 стр.
2. Азоев Г.А. (2000), Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. М: ОАО «Типография Новости», 461 стр.
3. Бляхман Л.С. (2010), Экономика фирмы: Учебное пособие. - СПб.: Издательство михайлова В.А., 369 стр.

4. Богатко А.Н. (2011). Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта. - М.: Финансы и статистика, 453 стр.
5. Бригхем Ю. (2010). Финансовый менеджмент / Бригхем, Ю., Гапенски, Л.: Полный курс./Пер. с англ. Под ред. В. В. Ковалева. - СПб., стр.256-402.
6. Вакуленко Т.Г. (2013), Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Вакуленко, Т.Г., Фомина, Л.Ф. - М. СПб.: Издательский дом «Герда» 421 стр.
7. Владимирова Л.П. (2015). Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. - 4-е изд., перераб. и доп. - М- 400 стр.
8. Грачев А.В. (2013), Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия: От бухгалт. учета к экон.: Учеб.-практ. пособие. М.: Финпресс, 208 стр.
9. Джевонс У.С. (2005). Деньги и механизм обмена. - М.: Социум, 186 стр.
10. Кирцнер И.М. (2001), «Конкуренция и предпринимательство», М.: «ЮНИТИ», 240 стр.
11. Макаренко М.В., Махалина О.М. (2017), Производственный менеджмент. - М.: ПРИОР- 203 с
12. Маршалл А. (2014), Принципы политической экономии. М.: Центр, 698 стр.
13. Монахов К. (2001), Традиционный подход к процессу реструктуризации системы управления предприятием // Финансовый бизнес. №3.
14. Особенности развития регионов Азербайджана. //Journal - Intercultural Relations Society, Грузия, 2010 (12), стр.92-97.
15. Портер М. (2010), Конкуренция. М.: Вильямс, 608 стр.
16. Робинсон Дж. (2009). Экономическая теория несовершенной конкуренции. М., 302 стр.
17. Сергеева С. (2000), Локомотив движется вперед, как бы ни было трудно // Российская провинция. №148.

18. Смит А. (2012). Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 145 стр.
19. Тренев Н. (2000), Методология управления предприятием на основе самоорганизации // Консультант директора №1, стр.26-30.
20. Фатхутдинов Р.А. (2003), Производственный менеджмент. СПб, 408 стр.
21. Фионин В.И., Морозов В.В. (2000), Экономический механизм конкурентоустойчивости предпринимательства: Учеб. пособие., ч. 1/ Самара гос. техн. ун-т. ЭБЦ СамГТУ, УДЦ «Морозовский проспект». - Самара, 526 стр.
22. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. 2009, №12. стр.5-17.
23. Хамел Г., Прахалад К.К. (2012). Конкуренция за будущее. Создание рынка завтрашнего дня. М.: Олимп-бизнес, 288 стр.
24. Чемберлин Э. (2007), Теория монополистической конкуренции. М.: Центр, 302 стр.
25. Чернышев А. (2001), Устойчивое экономическое развитие региона // Российская провинция. №136-137, стр.139-140.
26. Шепеленко Г.И. (2000), Экономика, организация и планирование производства на предприятии / Под ред. - Ростов-на-Дону: Издательский центр «Март», 562 стр.
27. Юданов А.Ю. (2001), Конкуренция: теория и практика. М., ГНОМ и Д, 453 стр.

İnternet resurslari

1. <https://assistentus.ru/vedenie-biznesa/proizvodstvennaya-moshchnost/>
2. https://azertag.az/ru/xeber/Osnovnye_napravleniya_strategii_ekonomicheskogo_razvitiya_Prezidenta_Ilhama_Alieva-1153415
3. https://economicdefinition.com/Production/Proizvodstvennaya_moshchnost__Production_capacity__eto.html
4. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27675739>

ƏLAVƏLƏR

Əlavə 1

Cədvəl 1: Sənaye istehsalının sahə strukturu, ümumi yekuna nisbətən, müvafiq illərin faktiki qiymətləri əsasında, faizlə

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Bütün sənaye	100	100	100	100	100	100	100	100
Mədənçıxarma sənayesi	78,8	72,7	68,5	62,1	65,6	70,3	73,3	69,9
Xam neft və təbii qaz hasilatı	76,2	69,7	65,3	55,8	58,4	61,1	65,9	62,3
Metal filizlərinin hasilatı	0,2	0,2	0,2	0,4	0,4	0,7	0,5	0,7
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçıxarma sənayesi məhsullarının hasilatı	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2
Mədənçıxarma sənayesi sahəsinə xidmətlər göstərilməsi	2,2	2,6	2,8	5,7	6,7	8,4	6,7	6,8
Emal sənayesi*)	15,3	21,4	25,1	29,9	27,6	24,4	22,0	25,1
Qida məhsullarının istehsalı	1,5	6,7	7,3	8,8	9,1	7,4	6,4	7,6
İçki istehsalı	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,9
Tütün məmulatlarının istehsalı	0,06	0,04	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,5
Toxuculuq sənayesi	0,2	0,1	0,1	0,1	0,3	0,4	0,5	0,6
Geyim istehsalı	0,11	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
Dəri və dəri məmulatları, ayaqqabılar istehsalı	0,1	0,1	0,1	0,05	0,04	0,05	0,1	0,0
Ağac emalı və ağacdən məmulatlar istehsalı	0,04	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
Kağız və karton istehsalı	0,05	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2
Poliqrafiya fəaliyyəti	0,13	0,15	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Neft məhsullarının istehsalı	7,3	7,2	8,9	9,4	7,7	6,4	5,9	6,2
Kimya sənayesi	0,6	0,6	0,8	1,3	1,1	1,3	1,1	1,3
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	0,01	0,01	0,01	0,01	0,0	0,0	0,0	0,0
Rezin və plastik kütlədən məmulatların istehsalı	0,2	0,4	0,4	0,6	0,8	0,8	0,7	0,8
Tikinti materiallarının istehsalı	1,0	1,2	1,6	1,7	1,4	1,7	1,5	1,6
Metallurgiya sənayesi	1,1	0,9	0,9	0,8	0,9	1,2	1,3	1,2
Maşın və avadanlıqlardan əlavə hazır metal məmulatlarının istehsal olunması	0,5	0,4	0,5	0,7	0,5	0,8	0,5	0,5
Kompüter və başqa elektron avadanlıqlar istehsalı	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
Elektrik avadanlıqlarının istehsalı	0,6	0,6	0,5	0,4	0,3	0,4	0,4	0,5
Maşın və avadanlıqların istehsalı	0,5	0,8	0,9	0,8	0,5	0,5	0,4	0,5
Avtomobil və qoşquların istehsal olunması	0,01	0,01	0,3	0,4	0,5	0,2	0,2	0,2
Sair nəqliyyat vasitələri istehsalı	0,03	0,04	0,04	0,04	0,03	0,03	0,0	0,0
Mebellərin istehsal olunması	0,13	0,14	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Zərgərlik məmulatları, musiqi alətləri, idman və tibb avadanlıqlarının istehsalı	0,03	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2

Maşın və avadanlıqların quraşdırılma və təmiri	0,4	0,6	0,9	2,5	2,1	1,1	0,9	1,1
Elektrik enerjisi, qaz, həmçinin buxar istehsalı, bölüşdürülmə və təchizatı	5,3	5,2	5,7	7,1	6	4,6	4,1	4,3
Su təchizatı, tullantılar təmizlənməsi və emal olunması	0,6	0,7	0,7	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7

Mənbə: Sənaye istehsalının sahə strukturu, ümumi yekuna nisbətən, müvafiq illərin faktiki qiymətləri əsasında, faizlə <https://www.stat.gov.az/source/industry>, 2019

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Sənaye istehsalının sahə strukturu, ümumi yekuna nisbətən, müvafiq illərin faktiki qiymətləri əsasında, faizlə	69
Cədvəl 2: Beynəlxalq Standart Ticarət Təsnifatına uyğun ixracat quruluşu (min ABŞ dolları ilə)	30
Cədvəl 3: Sənaye istehsalının indeksləri(%-lə)	31
Cədvəl 4: “Ağır sənaye və Maşınqayırma Zavodu”un işinin hərtərəfli SWOT təhlili	33
Cədvəl 5: Bir sənaye müəssisəsinin rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün təklif olunan sxem.	39
Cədvəl 6: İdarəetmə funksiyaları qrupları	44

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: Sahələrin rəqabət qabiliyyəti rəqabət üstünlüklərinə	26
Sxem 2: ÜDM-in sektorlar üzrə real artım tempi (%-lə)	35
Sxem 3: Sənaye istehsalının mədəniyyət vəziyyətinin kompleks diaqnostikası	46