

T.İ.İMANOV

LOGİSTİKANIN ƏSASLARI

*Terminoloji aparatı, konsepsiyası
və metodoloji əsasları*

Azərbaycan Respublikası Təhsil
Nazirliyinin 25.03.05 tarixli 201
saylı əmrinə əsasən ali məktəblər
üçün dərslik kimi təsdiq edilmişdir.

Bakı - 2005

Rəyçilər: i.e.d., prof.Ş.Ə.Axundov
i.e.d., prof.K.A.Şahbazov

Redaktor: i.e.n, dosent A.T.Məmmədov

İmanov T.İ. Logistikanın əsasları. Dərslik. Bakı. "Təhsil"
NPM, 2005. 474 səh.

Dərsliklə dünyada inkişafı intensiv xarakter alan yeni elmi sahə – iqtisadiyyatda material axınlarının təşkili və idarə edilməsi prosesləri haqqında nəzəri və praktiki biliklər verən logistika sistemli şəkildə göstərilir. Müəllif logistikanın terminoloji aparatı, konsepsiyası və metodoloji əsaslarını təhlil edir, logistik idarəetmənin obyektlərini və funksiyalarını, logistik sistemləri hərtərəfli nəzərdən keçirir. İstehsal və mübadilə sferasında material axınlarının logistik təşkili və idarə edilməsi məqsədilə bir-birilə üzvi əlaqədə olan logistikanın ayrı-ayrı funksional sahələri – tədarük, istehsal, bölüşdürmə, ehtiyat, informasiya, nəqliyyat və anbar logistikası geniş və müfəssəl izah edilir. Dərslik Dövlət Təhsil Standartları çərçivəsində «İqtisadi resursların idarə edilməsi (H 012600) ixtisası üzrə ali peşə təhsilinə müvafiq təhsil proqramı əsasında hazırlanmışdır.

Dərslik iqtisad yönümlü ali məktəb tələbələri üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu aspirant və dinləyicilər üçün faydalı olmaqla, ondan praktik fəaliyyət məqsədilə firma və müəssisələrin logistika və marketing sferalarının əməkdaşları da istifadə edə bilərlər.

İ $\frac{M-002675}{700122}$ -2005. Qrifli nəşr.

© "Təhsil" NPM, 2005.

GİRİŞ

İqtisadi müstəqillik qazanmış gənc Azərbaycan Respublikası dünya birliyinə özünün müstəqil inkişaf yolu ilə daxil olur. Respublikamızın milli müstəqil inkişaf yoluna qədəm qoyması, tam suveren dövlət kimi fəaliyyətə başlaması xalqımızın tarixində misli bərabəri olmayan nailiyyətdir. Ölkə iqtisadiyyatının hansı formada inkişaf etdirilməsi isə bu gün baş verən gərgin intellektual fəaliyyətdən və bəzi islahatlarının aparılması səviyyəsindən asılıdır.

Müasir şəraitdə bazar islahatları mövcud iqtisadi sistemdə köklü dəyişikliklərin həyata keçirilməsinə, təsərrüfatçılıqda köhnə forma və metodların ləğv edilməsinə, iqtisadiyyatda bazar mexanizminin tətbiqi və gücləndirilməsinə, mülkiyyətin dövlətsizləşdirilməsinə və müxtəlif bazar subyektlərinin sərbəst təsərrüfat fəaliyyətinin təminatına istiqamətlənmişdir.

Lakin bir iqtisadi sistemin keyfiyyət baxımından yenisi ilə əvəz edilməsi, ölkə iqtisadiyyatının yenidən qurulması ilə əlaqədar iqtisad elmləri qarşısında bir çox problemlər meydana çıxmışdır. Bunlar isə nəzəri təhlil və əsaslandırılmış üsullarla həll olunmalıdır. Belə problemlərdən ən başlıcası ayrı-ayrı bazar subyektlərinin tələb olunan kəmiyyətdə və keyfiyyətdə, lazımi vaxtda və zəruri yerdə xammal, material, dəstləşdirici məmulatlar və hazır məhsullarla təmin etməkdən ibarətdir.

Ölkəmizdə aparılan əsaslı sosial-iqtisadi islahatların nəticəsi olaraq istər istehsal, istərsə də mübadilə sferasında material resurslarının təşkili və idarə edilməsi sahəsində də əhəmiyyətli dəyişikliklər baş verdi. Belə ki, əvvəllər – keçmiş sovet məkanında resursların bölgüsünü tərəflərin iqtisadi maraqlarını nəzərə almaq «yuxarıdan» mərkəzləşdirilmiş qaydada həyata keçirən köhnə «sərbəst bölgü mexanizmi» ləğv edildi.

«Material axınlarının bölgüsü və hərəkətini tənzimləyən» inzibati- idarəetmə sistemi dağıdıqdan sonra material resurslarının ilkin yaranma mənbəyindən son təyinat yerlə-

rinə çatdırılmasının yeni metod və texnologiyasının müəyyən edilməsi, həmin axınların təşkili, planlaşdırılması və idarə edilməsini kompleks həyata keçirən yeni, çevik bir sistemin yaradılmasını, eləcə də onun keyfiyyət üstünlüklərinin aşkar edilməsi zəruriyyətini meydana çıxardı.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bazar münasibətləri sisteminin dinamikliyi və mürəkkəbliyi, «Material resurslarının bölgüsü» prosesinin keyfiyyət xarakteristikasına olan yüksək tələbkarlıq, çevik istehsal sisteminin yaradılması, istehlakçılara yüksək səviyyəli xidmət işinin təşkili, istehsalın maddi-texniki təminatı, hazır məhsulun satışı, ehtiyatların optimal idarə edilməsi və s. bu kimi məsələlərin əlverişli formada əlaqələndirilməsi və həlli, heç də ilk baxışda görün-düyü kimi, o qədər də asan iş deyil.

Odur ki, mövcud iqtisadi şəraitə uyğun olaraq bu vəzi-fələri «Logistika» adlı yeni bir elm sahəsi yerinə yetirir.

Dərin tarixi köklərinə baxmayaraq logistika nisbi mə-nada gənc elmdir. Bu elm ikinci dünya müharibəsində strateji məsələlərin həlli və ordunun silah, yanacaq-sürtkü ma-terialları və ərzaqla təmin edilməsi üçün müdafiə sənayesi ilə təchizat bazası və nəqliyyat arasında dəqiq və düzgün qarşılıqlı əlaqənin yaradılması məqsədinə xidmət göstərirdi. Tədricən logistika anlayışı və metodları hərbi sahədən mülki sahəyə keçərək ilkin olaraq mübadilə sferasında, son-ralar isə istehsal sahələrində material axınlarının hərəkətinin rasionel idarə edilməsi haqqında yeni elmi istiqamət kimi formalaşmağa başladı. Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrin sənaye müəssisələrində, aqrar-sənaye kom-pleksində, NATO-nun işçi aparatında logistik bölmələr ya-radıldı və onlar iri miqyaslı beynəlxalq yarışların keçirilməsi üzrə təşkilat komitəsinin tərkibinə daxil edildi.

Yeni elmi-praktiki istiqamət hesab edilən logistikaya marağın artması bir tərəfdən iqtisadiyyatın bazar yönümündə inkişaf etdirilməsinə olan tələbatdan irəli gəlir-sə, digər tərəfdən aşağıdakı:

- Məhsullaşmalara çəkilən məsrəflərin getdikcə artma-sı;

- Ehtiyatların idarə edilməsi fəlsəfəsində fundamental dəyişikliklərin baş verməsi;

- İstehsalın səmərəliliyinin ən yüksək həddə çatması;

- Marketing konsepsiyasının geniş tətbiq edilməsi;

- Kompüter texnologiyalarının meydana gəlməsi;

- Kompüterlərdən istifadə səviyyəsinin yüksəldilməsi kimi amillərlə bağlıdır.

Buna görə də istehsalçı firmalar ilkin olaraq əsas diqqətlərini hər məhsul vahidinin maya dəyərinin azaldılmasına yö-nəldirdilərsə, təklifin tələbi üstələdiyi müasir iqtisadi şərait-də təsərrüfat subyektləri qarşısında duran vacib məsələ ümumi xərcləri azaltmaqla məhsul satışını təmin etməkdən ibarətdir. Çünki sahibkarlıq fəaliyyətində iqtisadi nailiyyətlər əldə etmək üçün yalnız marketing yanaşmalarından isti-fadə yetərli hesab edilmir. Axın proseslərinin idarə edilmə-sini yüksək effektivli metod və üsullarla təşkil edən, marke-tinqlə qarşılıqlı əlaqədə olan logistika bu gün iqtisadiyyatda idarəetmə sistemlərinin ən ideal variantı hesab edilir.

«Axın», məsələn, material, əmtəə, yük, informasiya, pul və s. anlayışlarına praktikada mütəmadi olaraq hər gün rast gəlinir. Yalnız logistika bu anlayışlara hər hansı mate-rial predmetlərinin abstrakt formada hərəkəti kimi deyil, müəyyən qanunauyğunluqlarla müvafiq qaydada yaranan və inkişaf edən konkret hal kimi baxır.

XX əsrin sonlarında logistika elmi bir fənn kimi özünə tədarükət və ya təchizat logistikasını, istehsal proseslərinin logistikasını, satış və ya bölüşdürmə, nəqliyyat, informa-siya, anbar, ehtiyatlar logistikasını birləşdirdi. İnsan fə-aliyyətinin bu sadalanan hər bir sahəsi kifayət qədər öyrəni-lib və müvafiq iqtisadi əbədiyyatlarda geniş təhlil edilmişdir. Lakin logistika material və informasiya axınlarının mini-mum vaxt və resurs sərf etməklə idarə edilməsi və arzu edi-lən nəticələrin əldə olunması məqsədilə sadalanan fəaliyyət sahələrinə ilk dəfə integrativ formada yanaşır. Logistik ya-naşma eyni zamanda bölüşdürmə və satış sahəsində mate-rial resurslarının fiziki yerdəyişməsi ilə bərabər, praktikada əhəmiyyətli nəticələr verən logistik xidmət adlanan müvafiq

xidmət sisteminin təşkilini də nəzərdə tutur. Beləliklə, logistika hər şeydən əvvəl istehlakçılara yönəldiyindən, onların tələbatının maksimum ödənilməsinə çalışır.

Bütün bunlar onu deməyə əsas verir ki, logistika haqqında ibtidai fikir və rəylərin olmasına baxmayaraq o, XXI əsrin elm və tədris fənni adını almağa iddialıdır. Fikrimizcə bu fənn iqtisad yönümlü ali məktəblərin tədris proqramlarına geniş formada daxil ediləcək və logistik biliklərə malik mütəxəssislərə isə insan fəaliyyətinin praktiki olaraq bütün sahələrində tələbat getdikcə artacaqdır.

Buna görə də dərsləyin müəllifi respublikamızda logistika sahəsində heç bir iqtisadi ədəbiyyatın olmamasını nəzərə alaraq ana dilində təhsil alan tələbələrə kömək etmək üçün ilk dəfə belə bir kitabın hazırlanmasına cəhd göstərmişdir. Dərsləkdə «Logistika» fənninin bütün aspektləri olmasa da, onun arı-ayrı funksional istiqamətləri nəzərdən keçirilmiş və elmi-praktiki ümumiləşdirmələr verilmişdir. Təhlil edilən funksional istiqamətlərin öyrənilməsi, istehsal-iqtisadi münasibətlərin təbiətini, istehsal və mübadilə sferasında logistik idarəetmənin konseptual cəhətlərini başa düşməyə kömək edir.

Dərsləik iki hissədən ibarətdir. Birinci hissə – «Logistikanın terminoloji əsasları, konsepsiyası və metodoloji əsasları», **ikinci hissə isə** – «İstehsal və mübadilə sferasında material axınlarının logistik idarə edilməsi» **bölmələrini əhatə edir.**

Kitab, şübhəsiz ki, nöqsansız olmayacaqdır. Müəllifə tənqidi mülahizələrini söyləyən və təkliflər verən (ünvan: Bakı şəhəri, İstiqlaliyyət küçəsi 6., AzDIU, «Logistika» kafedrası») hər bir oxucuya o, öz minnətdarlığını bildirir.

FƏSİL 1: BAZAR İQTİSADİYYATI SİSTEMİNDƏ LOGİSTİKA

1.1. « LOGİSTİKA » ANLAYIŞI VƏ ONUN QISA TARİXİ

Respublika iqtisadiyyatının bazar iqtisadiyyatı yönümündə inkişaf etdirilməsi iqtisad elmləri qarşısında dərin nəzəri təhlil və əsaslandırılmış üsullarla praktiki həll edilməli olan çoxlu problemlər qoymuşdur. Bu problemlərdən ən mühümü mülkiyyətin totalitar dövlətləşdirilməsini və iqtisadiyyatın mərkəzləşdirilmiş idarəetmə prinsipi əsasında fəaliyyətini nəzərdə tutan bir sıra direktiv orqanların ləğv edilməsi ilə əlaqədar material, informasiya və maliyyə axınlarının rəşional təşkili və bazar subyektlərinin yüksək keyfiyyətli məhsul və xidmətlərlə təmin edilməsindən ibarətdir.

Uzun illər material və istehsal resurslarının mübadiləsi sferasında mütləq hökmranlığa malik olan maddi-texniki təchizat sistemi iqtisadi islahatların aparılması nəticəsində əşaslı surətdə kəmiyyət və keyfiyyət dəyişikliklərinə məruz qalmışdır. İqtisadiyyatın bu sektoruna aid edilən müəssisə və təşkilatlar dövlətsizləşdirilərək istehsal - kommərşiya fəaliyyətini həyata keçirən müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı müstəqil təsərrüfat subyektləri kimi fəaliyyət göstərməyə başladılar. Bununla əlaqədar olaraq istehsalçılarının və istehlakçılarının iqtisadi maraqlarını nəzərə almadan resursların «yuxarıdan» «ciddi» «nizamlaşdırılmış» sərt bölgü mexanizmindən fərqli olaraq tələb və təklifə, qiymət və rəqabətə söykənən bazar iqtisadiyyatına keçid mübadilə sferasının özünün və ona xidmət edən subyektlərin fəaliyyətinin yeni tələblər baxımından formalaşması zəruriyyətini meydana çıxardı.

Beləliklə, ilkin olaraq, müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində material axınlarının bölgüsü və hərəkətini tənzimləyən sistemin (maddi-texniki təchizat) dağılması nəticəsində tə-

sərrüfat praktikasında material resurslarının ilk təchizat mənbəyindən son istehlakçıya qədər ümumi hərəkətinin yeni metod və texnologiyası, axınların tənzimlənməsi, bu axınların təşkili, planlaşdırılması və idarə edilməsini həyata keçirən yeni bir sistemin və onun keyfiyyət üstünlüklərinin aşkar edilməsinə böyük ehtiyac yarandı.

İkincisi, istər ölkədaxili, istərsə də dünya təsərrüfat sistemində integrativ əlaqələrin artması ilə müşahidə edilən bazar iqtisadiyyatında istehsal-kommersiya fəaliyyətinin ağırlıq mərkəzinə çevrilən tədavül sferasında xərclərin artması bazar fəaliyyətinin yeni-optimal formasının axtarılıb tapılmasını və xərclərin azaldılmasını aktuallaşdırdı.

Üçüncüsü, ilkin xammal mənbəyindən son istehlakçıya qədər material axınlarının ümumi vaxtının 93 %-i məhsulların müxtəlif bölgü və satış kanallarında saxlanılmasına, 2%-i xüsusi istehsala, 5%-i məhsulların nəql edilməsinə sərf edildiyindən material axınlarının hərəkəti ilə bağlı müxtəlif mərhələlərdə vaxt məsrəfinin optimallaşdırılması hər bir təsərrüfat subyektinin ali məqsədinə çevrildi. Daha doğrusu, müasir iqtisad elmləri qarşısında duran ən vacib problem məsələ məhsulların tədavül kanallarında ləngimədən təkrar istehsalın növbəti mərhələsinə tez keçidinin təmin edilməsi, məhsul istehsalçıların məhsullarının keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, məhsul çeşidinin artırılması, istehlakçı sifarişlərinə dolğun cavab vermək baxımından əlavə vaxt qazanması, ayrı-ayrı mərhələlərdə çəkilən maddi məsrəflərin azaldılmasından ibarətdir.

Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, yuxarıda sadalan problemlərin aradan qaldırılması və qeyd olunan məsələlərin həlli yeni elmi sahə adlanan l o g i s t i k a həyata keçirir. Bazar münasibətləri sisteminin mürəkkəbliyi, məhsulların bölgüsü prosesinə keyfiyyətə yüksək tələbkarlıq, çevik istehsal sistemlərinin yaradılması, məhsulların daşınması, saxlanması, zəruri ehtiyatların yaradılması və onlara nəzarət, tədarükat prosesinin

planlaşdırılması və təşkili mexanizmi, servis xidməti və s. logistikanın bir elmi sahə kimi tətbiqini zəruri edən ən mühüm amillərdir.

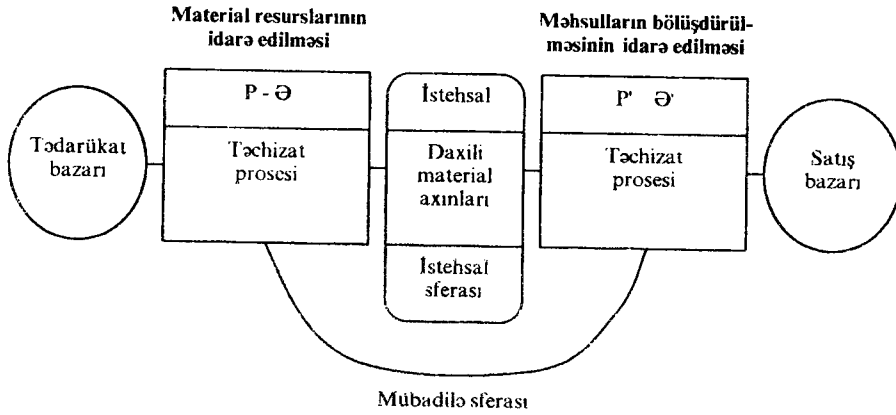
Bazar iqtisadiyyatı və onun genetik əsasları bir daha sübut edir ki, bu iqtisadi sistemdə mühüm rol oynayan və onun əsas həlqələrindən biri olan sahibkarlıq firmaları özlərinin korporativ missiyalarının həyata keçirilməsi və qarşılarına qoyduqları məqsədlərə (mənfəət həcminin artırılması, bazar segmentinin genişləndirilməsi, istehsal xərclərinin azaldılması, əmək məhsuldarlığının və məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi) nail olması üçün marketing və menecment bazası əsasında güclü təsərrüfat mexanizminə malik olmalıdır. Bundan başqa, bazar uğrunda rəqabət mübarizəsinin getdikcə kəskinləşdiyi bir mərhələdə - resurs mərhələsində hər bir təsərrüfat subyekti material, maliyyə, informasiya, kadr və digər resursların həm istehsal, həm də tədavül sferasında səmərəli idarə edilməsini həyata keçirmək üçün elm və praktiki fəaliyyət sferası hesab edilən logistika böyük ehtiyac duyur (şəkil 1.1).

Logistikanın iqtisadi müstəqillik qazanmış və bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən dövlətlərdə tətbiqi üzrə təcrübənin az olmasına baxmayaraq müasir dövrə qədər bu sahə ilə məşğul olan mütəxəssislər arasında vahid fikir birliyi mövcud deyil. Buna görə də «logistika» termininin keçdiyi uzun tarixi yol semantik mübahisələrin yaranmasına gətirib çıxarır. Yunan dilində «logizesthai» fe'li: oxumaq, hesablamaq, yadda saxlamaq mə'nasını verir. Bu mənada mövcud termin hər şeydən əvvəl hesablama praktikasına aid edilir.

Fransız dilində «logistika» termini «loger» fe'linə aid olunmaqla təchiz etmək, yerbəyer etmək mə'nasını daşıyır.

Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, logistika termini haqqında iqtisadi ədəbiyyatlarda saysız mə'nalandırmanın aparılması bir daha sübuta yetirir ki, bu terminin yaranma mənbəyi qədim yunanların «laubja» (söhbət, anbar, saxlanma) və ya italyanların «loggia» sözləri hesab

olunur.



Şəkil 1.1. İstehsal və mübadilə sferasında logistik sistemlər

Rus dilində də «logistika» sözünün etimologiyası bir-mə'nəli deyil. Belə ki, «logistika» termini həm qədim yunan (logos – idrak, log – təfəkkür, logismos - fikir, hesablama, plan, logo – müzakirə etmək, logistea - hesablamaların praktiki aparılması mədəniyyəti), həm də fransız (loger) mənşəli köklərə malikdir. Uzun müddət rəsmi olaraq sovet elmi ədəbiyyatlarında aparılan təsnifatda «logistika» termini nəinki təkə iqtisadiyyata, eyni zamanda bütünlüklə ictimai elmlərin heç birinə aid edilmirdi. Logistika: a) «riyazi məntiq» terminin sinonimi; b) B.Rassel və onun məktəbi tərəfindən təklif edilən işlərdə riyazi məntiqin inkişafında mərhələnin adı kimi izah – traktovka olunurdu.

Antik dövrlərdə «logistika» termini ərzaqla təchizat, nəqliyə və yerbəyer etmə mə'nalarını daşıyırdı və o dövr üçün riyaziyyatda hesablama və ölçü (həndəsədə) alqoritmləri məcmusu kimi başa düşülürdü. Qədim Romada «logistiklər» legionerlərin yemək və yaşayış yerləri ilə təminatı məsələləri ilə məşğul olurdular. Hamburq universitetinin professoru Q. Pavvelek isə qeyd edir ki, Roma imperiyası dövründə ərzaq məhsullarının bölgüsü ilə məşğul olanlar

«logist» və ya «logistik» titullarına malik olurdular.

Bununla belə qədim yunanlar ilkin olaraq logistikani hesablama aparmaq bacarığı kimi başa düşürdülər və xüsusi dövlət nəzarətçilərini logistik adlandırırdılar. Onlar Afinanın mə'sul işçilərinin maliyyə hesabatlarını aparan dövlət müəssisələrini adlandırmaq üçün «logisteriya» terminindən istifadə edirdilər.

Ümumiyyətlə, logistikanın yaranma tarixini və inkişaf mərhələləri uzaq keçmişlə bağlıdır. Eramızdan əvvəl IV əsrdə - Afinanın ən qüdrətli, ictimai quruluşun daha çox demokratikləşdiyi və mədəniyyətin çiçəkləndiyi bir vaxtda Qədim Yunanıstanda cəmi 10 logistik olduğunu Arximed öz əsərlərində təsdiq etmişdir.

Bizim eramızın birinci minilliyində bir sıra ölkələrin hərbi leksikonunda silahlı qüvvələrin material resursları ilə təminatı və bu sahədə ehtiyatların yaradılması ilə əlaqədar həyata keçirilən işləri logistik fəaliyyət adlandırmışlar.

Bizans İmperatoru VI LEONTOS (886 – 911) özünün «Müharibə bacarığının ümumi təhlili» əsərində müharibənin taktikası və strategiyası arasında ümumi və fərqli cəhətləri göstərməklə yanaşı logistikani hərbi sənətinin, hərbi məharətinin üçüncü kateqoriyası hesab etmiş və ilk dəfə logistikanın tə'yinatını müəyyənləşdirmişdir. Və o, belə hesab edirdi ki, logistikanın əsas vəzifəsi ordunun silahlanması, onun hərbi avadanlıq və ya sursatla təchiz edilməsindən ibarət olmalıdır.

XVII – XVIII əsrlərdə yaşamış alman idealist filosofu, riyaziyyatçı, fizik və dilşünas Q. Leybins (1646-1716) «logistica» və «logica mathematica» terminlərindən nəticələrin hesablanması üçün hazırlanmış «calculus ratiocinator» termininin sinonimi kimi istifadə etmiş və müasir riyazi məntiqi logistika adlandırmışdır. Bu istilahın riyazi məntiqlə bağlılığı sonralar - 1904-cü ildə Cenevrədə keçirilən fəlsəfi konfransında bir daha rəsmiləşdirmişdir.

Müasir anlamada logistikanın əsaslarını yaradanlar-

dan biri də məhz hərbi sahəsi üzrə nəzəriyyəçi və tarixçi Antuan Anri (Qenrix Veniaminoviç) Jominidir (1779- 1869). 1798 -ci ildə Jomini İsveç ordusunda, 1804- cü ildə fransa, 1813-cü ildə isə rus ordusunda xidmət etmişdir. Hərbi akademiyanın yaradıcılarından hesab olunan Jomininin XVIII əsrin sonları XIX əsrin əvvəllərində tədqiqatlar (müqayisə metodunun) metodikasının işlənilib hazırlanması sahəsində əhəmiyyətli xidmətləri olmuşdur. Fransız generalı Antuan Anrinin əsərləri XX əsrin əvvəllərinə qədər müharibənin aparılması prinsiplərinə və hərbi-nəzəri təfəkkürün inkişafına əsaslı təsir göstərmişdir. O, hərbi hissələrin idarə edilməsi sistemini strategiya, taktika və logistikaya ayırmış və özünün müharibə ilə bağlı yazılarında ordunun manevr imkanlarının planlaşdırılması, ordunun idarə edilməsi və təchizatı, dislokasiya yerlərinin müəyyənləşdirilməsi, istehkamların və körpülərin qurulması, yolların çəkilməsi, habelə ordunun ərzaqla təminatı ilə əlaqədar məsələlərin həll edilməsində «logistika» terminindən geniş istifadə etmişdir. «... milli iqtisadiyyatla müharibə aparən hissələr arasında əlaqə, körpü» rolunu oynayan hərbi logistikanın yerini dəqiq müəyyənləşdirmişdir.

Sonralar bu termindən praktiki olaraq digər fransız generalı - Napoleon Bonopartın ordusunun hərəkəti zamanı hərbi sursat, ərzaq və mənzillərlə təminat məsələlərinin praktiki həllində istifadə olunmuşdur.

Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, Sovet imperiyası alman faşizminə qarşı ikinci dünya müharibəsi aparən zaman logistikadan, logistik prinsiplərdən praktiki olaraq Avropa ölkələrində yerləşən ordunun müxtəlif təyinatlı hərbi sursatlarla maddi-texniki təchizatının həyata keçirilməsində geniş miqyasda istifadə etmişdir. Logistik metodların tətbiqi hesabına silah və hərbi materiallar istehsal edən zavodlar, nəqliyyat sistemləri və ordunun yerləşdiyi bazalar arasında qarşılıqlı fəaliyyəti dəqiq təşkil etmək mümkün olmuşdur.

XX əsrin əvvəllərində müharibə aparən və ya mühari-

bəyə hazırlaşan hərbi hissələrin texniki inkişafı və mexanikləşdirmə səviyyəsinin sür'ətlə artması döyüşən hissələrin döyüş taktikasının müdafiə və idarə edilməsində, xüsusi ilə isə bu hissələrə hərbi sursat, nəqliyyat və ehtiyat hissələrinin göndərilməsinin planlaşdırılması, idarə edilməsi və təminatı kimi məsələlərlə əlaqədar hərbi nəzəriyyəsində bir sıra dəyişikliklərin aparılmasına, onların meydana gəlməsinə səbəb oldu. Buna görə də logistika hərbi sahəsində zaman və məkan baxımından sifarişlərlə bağlı hesablamaların aparılması mənasını daşımağa başladı.

Ötən əsrin 50-ci illərində etibarən isə dövrü mətbuatda və elmi praktiki jurnallarda logistikanın nəzəri əsasları və onun iqtisadiyyatda tətbiq imkanları haqqında elmi məqalələrin dərc edilməsi bir növ intensiv xarakter aldı. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində tətbiqi məqsəduyğun hesab edilən logistik kateqoriyalar, konsepsiyalar, habelə logistikanın müasir anlamda başa düşülməsinə şərait yaradan terminlər formalaşdı.

XX əsrin 70-ci illərindən etibarən isə logistika hərbi sahəsinə aid olmayan elmi və praktiki işçilər arasında intensiv istifadə edilməyə başlandı. Daha doğrusu, 70-ci illərdən etibarən kapitalist dövlətlərinə məxsus istehsalçı firma və şirkətlər arasında bazar uğrunda mübarizənin aparılması, ayrı-ayrı məhsul növlərinə görə rəqabət mübarizəsinin kəskinləşməsi, məhsul istehsalçılarının bazarın mütəmadi dəyişən vəziyyətinə tez uyğunlaşmaq bacarığı və s. logistikanı bir elmi sahə kimi praktiki fəaliyyət sahəsinə çevirdi. Bu illərdə «logistika» termini bir sıra xarici ölkələrin (İspaniya, Fransa, İtaliya, Böyük Britaniya, 80-ci illərdə amerikalı, 90 - cı illərdə rus) lüğətlərinə daxil edildi və bu termin nəzəri təyinatdan daha çox bütün təsərrüfat subyektləri tərəfindən praktiki istifadə edildi. Bu termindən təkcə xüsusi ədəbiyyatlarda deyil, eyni zamanda kütləvi informasiya vasitələrində də istifadə olunurdu. Dərc edilən kitab, məqalə, tezislərin, biznesmenlər üçün tədris materiallarının sayı dur-

madan artdı.

Logistik idarəetmə metodlarından geniş istifadə edən kapitalist dövlətlərinə məxsus firma və şirkətlər material axınlarının idarə edilməsi sahəsində yeni istiqamət hesab olunan və «məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin idarə edilməsi» adlanan nəzəriyyəyə daha çox üstünlük verirdilər. Çünki, müstəqil məhsul istehsalçıları bazar tələbindən asılı olmayaraq əmtəlik məhsul istehsalı zamanı ikili xarakterə malik rəqabətlə üzləşirdilər. Birincisi, bazar üçün nəzərdə tutulan məhsulların istehsalına lazım olan xammal, material və dəstləşdirici məmulatların əldə edilməsi zamanı optimal satış şəbəkələrinin qiymətləndirilməsində mövcud çətinliklər və analoji məhsul istehlakçılarının istifadə etdikləri metod və üsullar, xüsusilə qiymət faktoru ilə əlaqədardır. İkincisi isə hazır məhsulların reallaşdırılmasında meydana çıxan problemlərlə-xüsusi satış şəbəkəsinin olmaması, satış şəbəkələrinin saxlanmasına çəkilən xərclərin yüksək olması, bu şəbəkələrdə məhsulların reallaşdırılması imkanlarının məhdudluğu, məhsulların bazar tələbinə tam cavab verməməsi, keyfiyyətinin aşağı olması və s. ilə bağlıdır. Buna görə də istehsalçı firma və şirkətlər bu nəzəriyyə ilə bağlı dövrü mətbuat, xüsusi tədqiqat, elmi konfrans və konqres materiallarından kifayət qədər bəhrələnməklə hazır məhsul axınlarının çox saylı bölüşdürücü şəbəkələrdə hərəkətini – fiziki bölüşdürülmə və onun idarə edilməsini həyata keçirirdilər. Fiziki bölüşdürmə prosesinə adətən nəqliyyat, satış zamanı materialların və hazır məhsulların yerdəyişməsi, istehlakçı sifarişlərinin uçuğu və yerinə yetirilməsi, ehtiyatların səviyyəsinə nəzarət, istehsal güclərinin və anbarların yerləşdirilməsi və s. əməliyyatlar aid olunurdu.

Güman etmək olar ki, yuxarıda qeyd olunan iqtisadi vəziyyətin dəyişməsi və hər dəfə bazar subyektlərinin vəziyyətdən çıxış yollarının axtarılması logistik terminlərin interpretasiyasına və onların müasir iqtisadi şəraitdə dəqiq və aydın başa düşülməsinə öz təsirini göstərmişdir.

Sahibkarlıq fəaliyyətində, xarici iqtisadi və elmi ədəbiyyatlarda logistika məfhumu daha çox məhsulgöndərənlərə pulun ödənilməsi anından istehlakçıya məhsulun çatdırılması anına qədər təsərrüfat dövrüdə xammal, material və hazır məhsulların saxlanması və hərəkəti ilə bağlı olan proseslərinin idarə edilməsi kimi şərh olunur. Bununla əlaqədar mütəxəssislər logistikanın təyinatını iki prinsipial istiqamət üzrə təsnif edirlər. Bunlardan biri material resurslarının hərəkətinə funksional yanaşma yə'ni, məhsulgöndərənlərdən son istehlakçılara qədər xammal, material və hazır məhsulların çatdırılması ilə bağlı yerinə yetirilən bütün fiziki əməliyyatların idarə edilməsindən ibarətdir. Digər istiqamət isə əhatəliyi baxımından material axınlarının idarə edilməsindən başqa istehsalçı, istehlakçı və rəqib bazarlarının tədqiqi, məhsul və xidmətlər bazarında tələblə təklifin əlaqələndirilməsi, habelə material axınları prosesinin hər bir iştirakçısının iqtisadi maraqlarının nəzərə alınması və təmin edilməsi ilə xarakterizə olunur.

[Qeyd olunan yanaşma çərçivəsində logistika müxtəlif sayılı təfsirlərə malikdir. Bunların hər birisinin ayrı-ayrılıqda təhlili logistik prizmadan baxılan bir sıra əsas aspektlərin - cəhətlərin aşkar edilməsinə imkan verir. Ən geniş yayılmış aspektlərə **idarəetmə, iqtisadi, əməli və maliyyə aspektlərini** aid etmək olar. Bu sahədə yorulmaz tədqiqat aparan professor Q. Pavvelak və məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin idarə edilməsi üzrə ABŞ-ın Milli Şurasının əməkdaşları logistikanın mahiyyətini müəyyənləşdirən zaman əsas diqqəti idarəetmə aspektinə yönəldirlər. Logistika – onların fikrinə müəssisəyə daxil olan, orada emal edilən və bu müəssisəni tərk edən material və onu uyğun informasiya axınlarının planlaşdırılması və idarə edilməsidir.

Bu sahədə digər tədqiqatçılar, xüsusilə də fransalı mütəxəssislər, logistikanın iqtisadi aspektinə daha çox üstünlük verməklə göstəririlər ki, «logistika... əvvəlcədən təyin edilmiş zaman və məkanda konkret tələbatla malik

müəyyən həcmdə məhsulların minimum zəruri məsrəflərlə alınması məqsədilə yerinə yetirilən müxtəlif növ fəaliyyətlər məcmusudur»

Logistikanın inkişaf səviyyəsinə görə Avropa dövlətləri içərisində Almaniyə qabaqcıl yerlərdən birini tutur. Buna görə də Almaniya bu sahədə müxtəlif səpkili logistik traktovakalara - şərtlərə tez-tez rast gəlinir. Məsələn, Almaniyanın məşhur nəqliyyat - ekspedisiya firması hesab olunan «Danzas» kompaniyası tərəfindən buraxılmış məlumat kitabında «logistika - xammal və materialların tədarükatından başlayaraq istehsaldan keçməklə hazır məhsulun istehlakçılara göndərilməsi mərhələsinə qədər müəssisə daxilində və ya onun hüdudlarından kənarında material və ona bərabər tutulan informasiya axınlarının hərəkətinin sürətləndirilməsi, mənfəətin əldə edilməsi üçün optimal fəaliyyət göstərən sistem kimi müəyyənləşdirilir».

Logistikanın bir çox təyinatları onun həm idarəetmə, həm də iqtisadi aspektlərini əhatə edir. Bu mənada alman professoru Pfol tərəfindən verilən xarakteristikanın əhəmiyyətli cəhəti ondan ibarətdir ki, o, logistika məfhumuna - material qiymətlilərinin hərəkəti və bu yerdəyişməyə çəkilən məsrəflərin planlaşdırılması və nəzarəti kimi ikili prosesə vahid kondeksdən yanaşır.

Logistika üzrə Almaniyanın federal idarəsinin idarə heyətinin sədri doktor Ştabenau logistikanı: «firma (şirkət) daxilində və ya onun hüdudlarından kənarında materialların idarə edilməsi və onlara nəzarət üzrə əsas funksiya» kimi dəyərləndirir.

Bu təyinatla özlərinin subyektiv mövqeyini bildirən və tənqidi yanaşan bir sıra rus alimləri göstərirlər ki, bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrdə firma və şirkətlər yalnız öz fəaliyyət spektrləri daxilində cərəyan edən material və onlara bərabər tutulan informasiya və maliyyə axınları üzrə idarəçilik funksiyasını yerinə yetirir və onlara nəzarəti həyata keçirirlər. Çünki, bazar iqtisadiyyatı hər bir təsərrü-

fat subyektinin iqtisadi müstəqilliyini, azad fəaliyyətini təmin etdiyindən heç bir firma və şirkət digərinin istehsal - kommersiya fəaliyyətinə idarəetmənin dörd funksiyası üzrə - planlaşdırma, nəzarət, təhlil və tənzimləmə yolu ilə - müdaxilə etmək imkanına malik deyil.

Maddi-texniki bölüşdürmələrin idarə edilməsi üzrə Böyük Britaniyanın Milli Şurasının mütəxəssisləri logistikanı iqtisadi sferada «... tələbin tam və müasir formada ödənilməsi üçün istehsal, nəqliyyat, bölüşdürmə sahələrində material və informasiya axınlarının kompleks idarə edilməsi sistemlərinin işlənilib hazırlanması və tətbiqi problemlərinin həll edildiyi istiqamət...» hesab edirlər. Logistikaya verilən bu anlayış obyektə əhatə etmə dərəcəsinə görə daha məhsuldardır.

Əməli-maliyyə aspektinə görə isə logistika məhsulgöndərənlərə pulun ödənilməsi anından hazır məhsulun istehlakçılara çatdırılması üçün pulun alınması anına qədər təsərrüfat dövriyyəsində xammalın, yarımfabrikatların və hazır məhsulun hərəkəti və saxlanması üzrə proseslərin idarə edilməsidir.

Praktiki işçilər və mütəxəssislər tərəfindən logistikaya verilən digər təyinatlarda isə əsas diqqət logistikanın yerinə yetirdiyi funksiyalara yönəldilir. Buna görə də logistika olduqca dar: nəqletmə, yükləmə-boşaltma, anbarlaşdırma və s.-ə mənada başa düşülür. Yuxarıda verilən təyinatları ümumiləşdirərək logistikanı material axınlarını minimum xərclərlə ilkin mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər idarə edən elm kimi xarakterizə etmək olar.

Logistikanın yuxarıda qeyd edilən traktovkalarında - şərtlərində onun bu və ya digər tərəflərinə xüsusi diqqət yetirilməsinə baxmayaraq ən mühüm cəhət - firma və şirkətlərin ümumi strategiyasına təsir etmə və bazarda yeni rəqabət üstünlükləri yaratması imkanları nəzərdən qaçırılır. Mahiyyət etibarilə bu cəhət logistik terminlərin izah edilməsinə cəhd edilən növbəti yanaşmalarda demək olar ki, özünü

qabarıq formada təzahür etdirir.

İlk dəfə logistikanın praktiki baxımdan malik olduğu potensialı Amerika mütəxəssisləri Pol Konvers və Piter Drakir «məsrəflərə qənaət edilməsində sonuncu mərhələ» və «iqtisadiyyatda tanınmamış materik» kimi qiymətləndirmişlər. Bir sıra nəzəriyyəçilər logistikanın imkanlarına bu səpkidə yanaşılmasını tədqirə layiq hal kimi dəyərləndirməklə onu daha da genişləndirdilər. Belə ki, M. Porter, D. Stok və digər amerikan tədqiqatçıları belə fərz edirdilər ki, ənənəvi dar təyinata malik olan logistika artıq özünün hüdudlarını aşır və firmaların strateji idarə edilməsi və planlaşdırılması üçün daha böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Logistikanın bu geniş təyinatı ilə razılaşan E. Mate və D. Tikse kimi fransız mütəxəssisləri də göstərirdilər ki, logistika «firmanın özünün işgüzar əməkdaşları ilə iqtisadi münasibətlərinin əlaqələndirilməsi vasitəsi və metodu..., bazar tərəfindən irəli sürülən tələblə firmaların verdiyi təkliflərin koordinasiya vasitəsi..., firmanın istifadə etdiyi maliyyə, material və əmək resurslarının optimallaşdırılması üçün məhsul istehsal edən və xidmət göstərən ayrı-ayrı təsərrüfat bölmələrinin birgə fəaliyyətini təmin edən, müəssisənin fəaliyyətinin təşkili üsulu» kimi başa düşülməlidir. E. Mate və D. Tikse belə hesab edirlər ki, logistika firma tərəfindən qəbul edilən və yerinə yetirilən bütün fəaliyyət növlərinin mərkəzində durur, firmanın ümumi siyasətinin işlənməsində xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Logistikanın qeyd olunan bu geniş traktovakası ilə həmfikir olan ingilis alimləri D. Benson və D. Uaytxed bir qədər də irəli gedərək göstərirdilər ki, logistika bütün bunlarla yanaşı bazarın tədqiqi və proqnozlaşdırılması; istehsalın, xammal və materialların tədarükatının planlaşdırılması; maliyəridilişi ilə bağlı bir sıra ardıcıl əməliyyatların və istehlakçılara göstərilən xidmətlərin tədqiqini də əhatə edir.

Xarici mütəxəssis və alimlər tərəfindən logistikaya verilən təyinatlardan belə qənaətə gəlmək olar ki, bir çox

funksiyaları burada intensiv tətbiq edilən marketinqlə müqayisədə logistika daha geniş kateqoriyaları özündə birləşdirir. Buna nümunə olaraq bir sıra iri firmalarda əvvəllər marketinqin alt bölməsi kimi fəaliyyət göstərən strukturların firmanın logistik strukturasına aid edilməsini göstərmək olar. Bundan başqa, M.Kristofer və Q. Uils kimi ingilis tədqiqatçıları hesab edirlər ki, logistikanın tək cə firma səviyyəsində deyil, həmçinin sahə miqyasında tətbiqi böyük iqtisadi nəticələr verir.

Amerikanın mühəndis – logistika cəmiyyətinə görə: «logistika - firmanın ali məqsədi naminə təchizatın planlaşdırılmasını nəzərdə tutan texniki və texnoloji aktivlik və idarəetmə elmidir».

ABŞ -in Sənayedə Sahibkarlıq Assosiasiyasının logistika anlayışına birtərəfli (təkcə optimallaşdırma nöqtəyindən) yanaşmasına baxmayaraq bunu «material axınlarının optimal idarə edilməsi üzrə məsələlərin həllinə sistemli yanaşma» kimi başa düşürlər.

R. Qize logistika anlayışına yanaşmada bir növ kifayət qədər ənənəvi tolkavaniyanı müdafiə edir: «Logistika – material və informasiya axınlarının xammal və materialların yaranma mənbəyindən son istehlak yerlərinə qədər kompleks idarə edilməsi bacarığıdır». Və bu anlayış elmi və praktiki işçilər tərəfindən iqtisadiyyatda 30 ildən artıq bir müddətdir ki, aktiv istifadə olunur. X. Krampe logistikani «yüksək effektivliyin alınması məqsədilə müəssisənin hüdudları çərçivəsində və iqtisadiyyatın sahələri arasında dövr edən material axınlarının planlaşdırılması, təşkili və idarə edilməsi üzrə fəaliyyətlər məcmusu» kimi təyin edir. Y.Merqans və V.Xofman logistikani «istehlakçıların arzu və istəklərinin dolğun ödənilməsi üçün xammal, material, yarımfabrikat və hazır məhsulların, habelə onlara uyğun informasiyaların istehsal yerlərindən istehlak yerlərinə qədər faydalı və əlverişli hərəkətinin planlaşdırılması, idarə edilməsi və nəzarəti prosesidir» kimi dəyərləndirir.

Avstriyanın məhsuldarlıq və qənaətçilik mərkəzinin «Tədarükət və maddi təsərrüfat» işçi qrupu qeyd edir ki, logistika « ... firma və şirkətlərin material və bununla əlaqədar informasiya axınlarının planlaşdırılması, idarə edilməsi, habelə onlara nəzarətin həyata keçirilməsi üzrə əsas funksiyadır. Bununla yanaşı bu funksiya xammal və materialların alınması, onlardan məhsul istehsalı və satış üzrə fəaliyyətlərin qapalı sistemini özündə birləşdirir».

Rus alimi E.A. Uvarovun fikrincə göstərilən təyinatın çatışmayan cəhəti ondan ibarətdir ki, konkret idarəetmə obyektinin mövcud olmasına baxmayaraq bu obyektləri idarə edən orqanlar qeyri - müəyyənliyə malikdir. Bu da öz növbəsində idarəetmə sisteminin quruluşu (strukturu) haqqında aydın və dəqiq təsəvvürün yaranmasını çətinləşdirir. Verilən tə'yinatda diqqəti cəlb edən digər məqam isə «qapalı sistemi özündə birləşdirir funksiyası» ifadəsinin qeyri-səlistliyidir. Çünki, funksiya idarəetmə sisteminin özünü deyil, idarəetmə sistemində yerinə yetirilən əməliyyatları xarakterizə edir.

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

Sözün tam mənasında, logistika məhsul istehsalı üçün zəruri olan xammal və materialların əldə edilməsi üsullarının öyrənilməsi, tədarükət bazarının tədqiqi, məhsulgöndərənlərin qiymətləndirilməsi və seçilməsi mərhələsindən baş-

lamış bu əsasda məhsul istehsalının təşkili, ehtiyatların yaradılması, nəqletmə üsullarının seçilməsi üzrə mərhələlər də daxil olmaqla konkret əmtəlik məhsulların məqsəd bazarına çıxarılması, bölüşdürmə və satış mərhələlərinə qədər bütöv bir sistemdir.

Logistikaya verilən təyinatlar və anlayışlar sahəsində yaxın xaric hesab olunan Rusiya Federasiyasının alimlərindən xidmətləri danılmazdır. Bu ölkənin alimləri yaxın və uzaq xarici ölkələrin alimlərindən fərqli olaraq logistikanın praktiki reallaşdırılması məsələsində geri qalsalar da logistikanın geniş definisiyası baxımından onları qabaqlamış və fikrimizcə logistikaya doğru və düzgün traktovka – izah vermişlər.

1896 - cı ildə Rusiya Federasiyasının Sankt-Peterburq şəhərində Brokqauz və Yefronun tərtib etdikləri ensiklopedik lüğətdə ilk dəfə olaraq logistika anlayışı öz əksini tapmışdır. Daha sonralar dərc edilmiş ensiklopediya və xarici söz lüğətlərində logistikanı əsasən riyazi məntiq mənasında şərh etmişlər.

Bundan sonra kollektiv surətdə hazırlanan monoqrafiyalarda da logistika hər şeydən əvvəl «mübadilə sferasında məhsulların hərəkətinin təşkili və reallaşdırılması proseslərinin məcmusu» kimi aydınlaşdırılmışdır.

A.A. Smexov marketinq sferasında fəaliyyət göstərən menecer və biznesmen nöqtəyi-nəzərindən logistikanı «... müəyyən məsələlərin həll edilməsi üçün zəruri olan vasitə və xidmətlərin məqsədyönlü hazırlanması və istifadəsi proseslərinin planlaşdırılması və idarə edilməsinin təşkili» formasında interpretasiya etmişdir. Onun fikrincə logistika - minimum mümkün məsrəflərlə müəyyən zamanda konkret məhsulların əvvəlcədən hazırlanması məqsədinə xidmət göstərir.

B.K. Plotkin logistika anlayışı üçün qısa və eyni zamanda dəqiq tə'yinat verərək göstərir ki: «...logistika - sistem daxilində axınların idarə edilməsi haqqında elmi isti-

qamətdir».

«Logistika və malyeridilişinin kompleks idarə edilməsi» tezis məruzəsində professor M.P. Qordon göstərir ki, «logistika-məhsulların anbarlaşdırılması və nəqliyyat xidmətinin əlaqələndirilməsi (əvvəllər bu fəaliyyət məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin idarə edilməsi adı altında birləşirdi) üzrə elmi işləmələr və təsərrüfat praktikasıdır. ... Maddi-texniki təminat, yüklərin nəqli və məhsulların fiziki hərəkəti haqqında informasiyaların ötürülməsi sisteminin inteqrasiyasıdır».

A. İ. Semennekoya görə «Logistika - hər şeydən əvvəl sahə, regional və xalq təsərrüfatı miqyasında istehsal-təsərrüfat təşkilatlarının geniş spektrli sahibkarlıq və kommersiya fəaliyyətlərində («azad» bazar iqtisadiyyatında tətbiiq edilir) müəyyən mütərəqqi fikir, metodologiyadır».

A.N. Rodnikov fəaliyyət sahəsi kimi logistika haqqında anlayışı dəqiqləşdirməklə yanaşı, eyni zamanda bir - konkret təyinatla onun mahiyyət tərəfinin açıqlanmasına da cəhd göstərmişdir. «Logistika-xammal və materialların istehsal müəssisələrinə çatdırılması; xammal, material və yarımfabrikatın zavoddaxili emalı; istehlakçıların maraq və tələbinə uyğun hazır məhsulların alıcılara çatdırılması; habelə bunlara müvafiq informasiyaların ötürülməsi, saxlanılması və emalı prosesləri ilə əlaqədar nəqletmə, anbarlaşdırma və digər maddi və qeyri- maddi əməliyyatların planlaşdırılması, nəzarəti və idarə edilməsi haqqında elmdir».

S.A. Uvarov logistika anlayışına əvvəlki müəlliflərdən fərqli olaraq bir qədər başqa aspektdən yanaşır və göstərir ki, «logistika, insan-maşın sistemində material, maliyyə, əmək, enerji və informasiya axınlarının hərəkəti ilə bağlı proseslərin planlaşdırılması, idarə edilməsi və nəzarəti üzrə nəzəriyyədir».

«Kapitalist ölkələrində logistika» adlı tezisində dosent L.S.Federov qeyd edir ki, «... bu, mübadilə prosesində məhsulların fiziki hərəkətini təmin edən məcmu funksiyala-

rın yerinə yetirilməsi zamanı ictimai istehsalın infrastrukturunun təkmilləşdirilməsinin mühüm elmi-praktiki istiqamətidir. ...Nəticə etibarlı ilə material və onlara uyğun informasiya axınlarının bütünlüklə idarə edilməsini xarakterizə edən elmi - praktiki fəaliyyətin yeni istiqamətidir ».

Digər rus alimi professor O.B. Malikov «Logistik sistemlərdə avtomatlaşdırılmış anbar kompleksləri» tezis məruzəsində əvvəlki müəlliflərlə müqayisədə logistikaya tamamilə fərqli yanaşmışdır: «Bu, yüklərin rəasional bölüşdürülməsi, informasiya təminatı da aid edilməklə vahid nəqliyyat sistemi daxilində yük axınlarının təşkili, sahələrarası anbar təsərrüfatı sistemi, sənaye müəssisələrinin anbar-nəqliyyat alt sistemi, nəqliyyat partiyalarının formalaşması prosesi, komplektləşdirmə, qablaşdırma, yüklərin paketləşdirilməsi, konteynerləşdirmə, yük daşımaların planlaşdırılması, istehsal-texniki təyinatlı məhsulların və xalq istehlakı mallarının istehsalı və satışı ilə məşğul olan ölkənin xalq təsərrüfatı, iqtisadiyyat, elm və texnikanın müxtəlif sahələridir». Müəllif logistikanı maddi-texniki təminat və nəqliyyat üzrə idarəetmə orqanları, habelə təchizat-satış və nəqliyyat təşkilatları arasında qarşılıqlı fəaliyyətin, əlaqənin təşkilatı - iqtisadi aspekti baxımından səciyyələndirir. Doğrudur, verilən təyinat iqtisadiyyatın idarə edilməsinin inzibati amirlik sistemi üçün daha xarakterik olduğundan müasir dövrün tələblərinə uyğun gəlmir, ona ziddir. Çünki, dövlət mülkiyyəti formasında mövcud olan və inhisarçılıq prinsipi ilə fəaliyyət göstərən bütün müəssisə və təşkilatlar özlərindən yuxarı-ali idarəetmə orqanlarına danışıqsız tabe dirlər. Odur ki, bu təyinatda müasir iqtisadi tələblər baxımından logistikanın mahiyyətinin açıqlanmasına cəhd edilsə də onun əsaslandırılmış formada hər tərəfli şərhinə hələ böyük ehtiyac hiss olunur.

Logistikaya verilən bu və ya digər təyinatlardakı müxtəliflik bir sıra səbəblərlə bağlıdır. Bunlardan ən mühümünü əksər firmaların məhsulların satışı, nəql edilməsi,

anbarlaşdırılması və s. sferalarda həll etməyə cəhd göstərdikləri məsələlərin spesifik xüsusiyyətləri və miqyasındakı müxtəlifliklə əlaqədardır. İkinci səbəb, malyeridilişinin təşkili və idarə edilməsində hər bir ölkənin milli sistemlərindəki mövcud fərqlərdən, habelə müxtəlif ölkələrdə logistik problemlərin tədqiqat səviyyəsindən ibarətdir. Digər, üçüncü səbəb, logistik sistemlərin ətraf mühitində funksional fəaliyyət istiqamətlərinin çoxnövçülüyü ilə əlaqələndirilir.

Verilən bu və ya digər tə'yinatların logistikanı tam əhatə edib-etməməsindən asılı olmayaraq onlardan hələlik imtina etməməliyə (bə'zi hallarda müəyyən elmi ən'ənelərə uyğun olaraq dəqiq tə'yinatlardan imtina etmək məcburiyyəti yaranır).

Bütün qeyd olunanlardan belə məntiqi nəticəyə gəlmək olar ki, logistika məfhumu altında əsasən aşağıdakılar başa düşülür:

- material resurslarının ilkin mənbədən son tə'yinat məntəqəsinə qədər hərəkətində yeni istiqamət;
- zəruri miqdarda yükü az xərclərlə lazım olan yerdə və tələb olunan vaxtda almaq üçün həyata keçirilən müxtəlif xarakterli fəaliyyət növlərinin məcmusu:
- məhsul istehsalı və yüklərin nəql edilməsi proseslərinin inteqrasiyası;
- məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin idarə edilməsi forması;
- hazır məhsulların istehsal yerlərindən istehlak sahələrinə səmərəli hərəkəti;
- material və informasiya axınlarının səmərəli idarəetmə metodlarının hazırlanması ilə bağlı yeni elmi istiqamət;
- müxtəlif axınların informasiya sistemi;
- istehsalın və bölgünün səmərəli təşkili haqqında elm və s.

Qeyd olunanları şərti olaraq iki istiqamət üzrə təsnif etmək mümkündür:

1. İstehsal və tədavül sferalarında material axınlarının idarə edilməsində təsərrüfat fəaliyyətinin yeni istiqaməti kimi;

2. Material axınlarının hərəkətinin optimal təşkili və bu sahədə yerinə yetirilən işlərin iqtisadi səmərəliliyini yüksəltmək üçün yeni imkanların axtarılması ilə əlaqədar elmi sahə kimi.

Ona görə də logistikaya fikrimizcə aşağıdakı kimi tərif vermək olar: **logistika, bazar iqtisadi sistemində material, əmək, maliyyə və informasiya axınlarının hərəkəti prosesinin planlaşdırılması, təşkili, funksional idarə edilməsi və nəzarətlə bağlı nəzəri və praktiki fəaliyyət sahəsidir.**

Beləliklə, logistika məhsulqöndərənlərdən son istehlakçılara qədər məhsulların istehsal olunması və xidmətlərin göstərilməsilə əlaqədar olan bütün proseslərin tənzimlənməsinə cəhd göstərir. Qeyd etmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatı bütünlüklə həm bölüşdürmə, həm də tədavül sferasının spesifik xüsusiyyətləri baxımından iqtisadi sistemə süni surətdə qoşulmuş strukturlara qarşı olduqca həssasdır. Bu məntiqdən çıxış edərək belə hökm etmək olar ki, logistika iqtisadiyyatın müasir inkişaf mərhələsinin tələbidir.

Logistikanın iqtisadi sistemə verdiyi ən böyük töhvə, iqtisadi səmərə, hər şeydən əvvəl material resursları üzrə ehtiyatların həcmnin və material resurslarının istehlakçılara çatdırılması vaxtının azaldılmasından ibarətdir. Ekspertlərin apardıqları hesablamalara əsasən logistika ehtiyatların həcmnin 30 –50%, məhsulların hərəkətinə sərf edilən vaxtın isə 25-45 % azaldılmasına imkan verir.

Deməli, kommertiya fəaliyyəti sahəsində logistika resursların və məhsulların həm istehsal, həm də tədavül sferasında hərəkətinin təşkilində yeni istiqamətdir. Logistika üzrə mütəxəssislər maddi-texniki təchizat, nəqliyyat, anbar, maliyyə və məhsulların hərəkəti haqqında informasiyaları qəbul edən və ötürən sistemlər arasında inteqrativ keyfiyyətə nail olunmasına çalışırlar. Bu da qeyd olunan sahələrdə

və sahələr arasında işlərin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə aktiv təsir göstərir. Ona görə də firma və müəssisələr tədavül xərclərinin azaldılması və vaxtının qısaldılması baxımından logistikadan özlərinin praktiki fəaliyyətində geniş istifadə edirlər. Tədavül xərclərinin azaldılması və vaxtının qısaldılması ilk növbədə material resursları üzrə anbar ehtiyatlarının həcmnin azaldılması və məhsulgöndərmələrin sürətləndirilməsi hesabına formalaşır.

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

- məhsulların təminatı, saxlanması və satışı sferalarında idarəetmənin təkmilləşdirilməsi;
- marketing fəaliyyətinin, eləcə də məhsulgöndərənlər, istehlakçılar və vasitəçi strukturlar arasında qarşılıqlı əlaqələrin yaxşılaşdırılması yolu ilə təsərrüfat əlaqələrinin optimallaşdırılması;
- material resurslarının hərəkət texnologiyasında müsbət dəyişikliklər və s.

Buradan əldə olunan nəticə ondan ibarətdir ki, logistika ayrı-ayrılıqda istər maddi-texniki təchizatın, istərsə də yükdaşımaların yaxşılaşdırılması üzrə həyata keçirilən tədbirlərdən daha çox istehsal və tədavül sferasında baş verən iqtisadi proseslərin və yerinə yetirilən bütün fəaliyyət növlərinin kompleks formada yaxşılaşdırılmasına istiqamətlənib. Başqa sözlə, logistik konsepsiya istehsal, maddi-texniki təchizat, nəqliyyat, informatika və kommunikasiya sahələrinin inteqrasiyasını nəzərdə tutur. Logistikanın konsepsiyası firmanın iqtisadi fəaliyyətində köklü dəyişikliklərin əmələ gəlməsinə səbəb oldu:

- istehsal güclərinin tam yüklənməsi məsələsi müəssi-

sədən keçən dövriyyə vəsaitlərinin müddətinin minimumlaşdırılması məsələsi ilə əvəzləndi;

- yüklənməmiş istehsal gücləri əvvəlcədən dəyişən bazar tələbinə operativ və çevik reaksiya vermək üçün nəzərdə tutuldu;
- bazarda rəqabət metodu kimi maya dəyərinin birtərəfli formada azaldılması istiqaməti tələbin tez ödənilməsinə göstərilən səylərlə əvəz edildi;
- böyük partiya ilə məhsul istehsalı əvəzinə istehlakçı tələbini tam və dolğun ödəyə bilən yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal etmək daha yüksək prioritet kəsb etməyə başladı.

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

Logistikanın iqtisadi mahiyyətinin və müxtəlif fəaliyyət sahələrində baş verən iqtisadi proseslərlə qarşılıqlı əlaqəsinin dərin və hərtərəfli öyrənilməsi üçün logistikanın tarixi inkişaf mərhələlərinin və onun inkişafını şərtləndirən amillərin təhlil edilməsinə böyük ehtiyac duyulur.

1.2. LOGİSTİKANIN TARİXİ İNKİŞAF MƏRHƏLƏLƏRİ

Bir elmi sahə və ya normal biznes fəaliyyətinin həyata keçirilməsi vasitəsi hesab olunan logistika 1950-ci illərin əvvəllərində ilk dəfə ABŞ-da mülki sahədə formalaşmışdır. Logistikanın inkişaf təkamülü sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə bazar iqtisadiyatının tarixi və inkişaf təkamülü ilə sıx bağlıdır. Buna baxmayaraq «logistika» anlayışından 1970 - ci illərin sonlarından etibarən dünya ölkələrinin iqtisadi təsərrüfat sistemində hərtərəfli və geniş istifadə olunmağa başlandı. Artıq yarım əsrdən çoxdur ki, qərb dünyasında mütəxəssislər, alim və biznesmenlər arasında logistika anlayışının özü və mahiyyəti haqqında aparılan intensiv mülahizələr səngimək bilmir. Logistikaya aid qərb ədəbiyyatlarının apardıqları geniş təhlil əsasən belə nəticəyə gəlmək olar ki, bir sıra müəlliflər eyni bir əməliyyatın, funksiyanın və hərəkətin təsviri üçün müxtəlif anlayışlardan istifadə edirlər. Bu da bir çox hallarda tədqiqatçılar, alim və mütəxəssislər arasında logistikanın nəzəri və metodoloji bazasının formalaşması baxımından müəyyən qədər çətinliklər yaradır. Praktiki olaraq «logistik» terminin tez-tez rast gəlinən sinonimləri cədvəl 1.1 -də verilmişdir.

Logistika yeni elmi sahə olduğundan bu və ya digər termindən - anlayışdan istifadə olunması tədqiqatçıların zövqündən asılı olsa da, logistik proseslərin ayrı-ayrı tərəflərinə xüsusi olaraq diqqətin yönəldilməsi onların arzusu ilə əlaqələndirilir. Məsələn, nümunə kimi göstərmək olar ki, qərb də «fiziki bölüşdürmə» terminindən ötən əsrin 70-ci illərinə qədər logistikanın müasir anlamının sinonimi kimi intensiv istifadə olunurdu. Lakin hal-hazırda integrativ logistikanın kompleks funksiyalarından biri hesab edilən «fiziki bölüşdürmə» termini «distribusiyaya» terminin sinonimindən başqa bir şey deyil.

Elmi fənn kimi logistika ayrı-ayrı bölmələrə: təchizatın

logistikası (logistics of supply), istehsal (sənaye) logistikası (production logistics), satış logistikası (logistics of distribution), nəqliyyat logistikası (traffic logistics) və s. ayrılmışdır. Bununla yanaşı yaxın xarici ədəbiyyatlarda, xüsusi ilə MDB məkanında o qədər də çox olmayan ədəbiyyatlar içərisində sənaye (istehsaldaxili), istehsal-kommersiya, kommersiya, tədarükat, satış, nəqliyyat, bölüşdürücü, sahibkarlıq, qlobal, beynəlxalq logistika, logistik menecment, logistik biznes anlayışlarına və adlara rast gəlinir.

*Cədvəl 1.1
Xarici ədəbiyyatlarda «logistik» terminin az-çox istifadə olunan sinonimləri*

<i>Terminin inciliscə adı</i>	<i>Adın tərcümə edilmiş variantı</i>
Physical distribution	Fiziki bölüşdürmə
Marketing logistics	Marketingin logistikası
Materials management	Material menecmenti
Logistics engineering	Logistik injiring
Industrial logistics	Sənaye logistikası
Business logistics	Biznes-logistika (kommersiya logistikası)
Logistical management	Logistik menecment
Integrated logistics management	İntegrativ logistikada menecment
Supply management	Təchizatın menecmenti
Logistics pipeline management	Logistik kanalların menecmenti
Distribution management	Bölüşdürmənin menecmenti
Supply chain management	Logistik dövrənin menecmenti
Integrated distribution	İntegrativ distribusiyaya
Supply chain logistics	Məhsulgöndərmələrin logistikası
Service response logistics	Xidmət logistikası

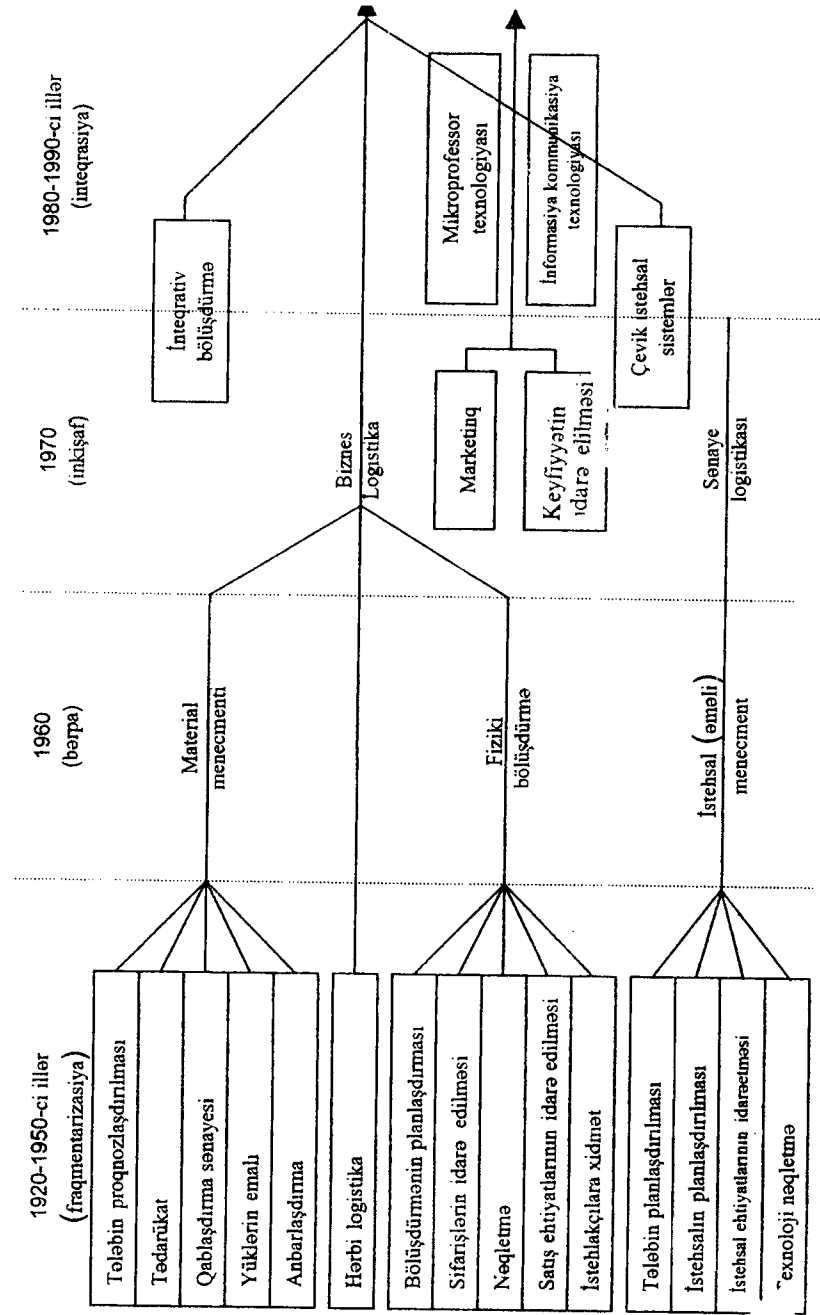
Logistikaya verilən belə geniş təfsirlər iki əsas səbəblə: mülki - biznes sahəsində logistikanın tarixi baxımdan inkişafı üçün müddətin o qədər də böyük olmaması və bazar münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi nöqtəyi-nəzərindən qərbdə mövcud olan logistik konsepsiyasının genezisi ilə əlaqədardır.

Logistika elminin nisbi mə'nada gənc olmasına baxmayaraq eyni zamanda çox sür'ətlə inkişaf edən sahədir. Logistikanın terminoloji aparatı və terminologiyasına bir-başına aid edilən bir çox məsələlər mütəmadi dəqiqləşdirilir, yeniləşdirilir və bazar iqtisadiyyatının tələbləri baxımından yeni məzmun və mahiyyət kəsb edir. Bununla əlaqədar olaraq həm xarici ölkələrdə, həm də ölkəmizdə logistikanın keçdiyi tarixi yola nəzər yetirilməsi, hal - hazırda onun mövcud vəziyyətinin və perspektiv inkişafının analitik qiymətləndirilməsi olduqca əhəmiyyətlidir.

Şəkil 1.2-də xarici ədəbiyyatlarda logistikanın materiallar və onlara uyğun informasiya və maliyyə axınlarının idarə edilməsinin nəzəri və praktiki inkişafı baxımından təkamülü xronoloji ardıcılıqla verilmişdir. Daha doğrusu, xammal, material və hazır məhsulların mübadiləsi, onların məhsulgöndərənlər tərəfindən istehsal yerlərinə və istehsalçılardan son təyinat məntəqəsinə qədər çatdırılması prosesləri ilə əlaqədar olan bütün kompleks məsələlərin həlli göstərilmişdir.

Logistikanın genezisinə nəzər yetirsək təkamül baxımından ötən 20-ci əsrdə onu bir neçə tarixi inkişaf mərhələlərinə ayırmaq olar. Material, maliyyə və informasiya axınlarının ilkin mənbədən-istehsal yerlərindən son istehlakçıya qədər hərəkətinin kompleks idarə edilməsi bacarığı, mədəniyyəti kimi dəyərləndirilən logistika iqtisadiyyatda 30 ildən artıq bir müddət ərzində tətbiq edilməsinə baxmayaraq hər biri spesifik xarakterə malik dörd mərhələdən keçmişdir.

Birinci mərhələ 1920-1950 - ci illəri əhatə edir və bu dövr iqtisadi fikir tarixində «fragmentarizasiya» (hissələrə ayırma) dövrü kimi səciyyələndirilir. Belə ki, material resurslarının idarə edilməsi və ümumi məsrəflərin azaldılmasının integrativ aləti hesab olunan logistika, logistik ideya biznes sahəsinin diqqət mərkəzindən əsaslı surətdə kənarı idi və biznes fəaliyyətinin normal təşkili üçün ona o qədər də ehtiyac, tələbat hiss olunmurdu. Daha doğrusu, təsərrüfat



Şəkil 1.2. Logistikanın inkişaf mərhələləri

subyektləri üçün iqtisadi, xüsusilə də material resurslarının idarə edilməsi və xərclərin azaldılması ilə bağlı olan problem məsələlər o qədər də aktualıq kəsb etmirdi. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, bu dövrdə əksər logistik funksiyalar xüsusilə də məhsulların istehsalı, nəql edilməsi və anbarlaşdırılmasına çəkilən məsrəflərin azaldılması mühüm əhəmiyyətə malik idi. Ümumi iqtisadi şərait, texnika və texnologiyanın inkişaf səviyyəsinin yüksək olmaması, menecment fəaliyyətinin hərtərəfli tətbiq sahəsi tapmaması logistik fenomenin meydana gəlməsinə və cəmiyyət miqyasında tam formalaşmasına imkan vermirdi.

Bütün çatışmazlıqlara baxmayaraq baxılan dövrün ən mühüm keyfiyyət üstünlüyü ondan ibarətdir ki, məhz bu dövr ərzində ilk rüşeymləri əmələ gələn logistik konsepsiyaların gələcəkdə tətbiqi üçün ilkin şərtlər müəyyənləşdi. Belə şərtlərə xüsusi olaraq aşağıdakılar:

- məhsulların bölüşdürülməsi sistemində ehtiyatların və nəqliyyat xərclərinin səviyyəsinin yüksəlməsi;
- nəqliyyat tariflərinin artması;
- marketinq konsepsiyasının meydana çıxması və tez tətbiq edilməsi;
- hərbi logistikanın nəzəri və praktiki inkişafı aid edilir.

Bu dövr ərzində marketinqin tərkib hissəsi kimi məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin iqtisadi təbiətinin müəyyənləşdirilməsi, məhsulların satışının təşkili və satış prosesinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi sahəsində xüsusi rol oynayan marketinq üzrə bir sıra fundamental tədqiqat işləri yerinə yetirildi. Dünya iqtisadiyyatında təcridən satıcı bazarından alıcı bazarına keçidin nəticəsi hesab olunan marketinq konsepsiyalarının getdikcə daha çox tətbiq sahəsi tapması müxtəlif fəaliyyət sahələrində, xüsusilə isə biznes sferasında logistikanın meydana çıxmasına təsir göstərən əsas amilə çevrildi.

Nəzərdən keçirilən dövr hər şeydən əvvəl ABŞ-da hərbi logistikanın aktiv inkişafı ilə səciyyələnir. Xüsusi ilə 1950 - ci illərin əvvəllərində ABŞ-da hərbi logistikanın nəzəri

əsasları formalaşdı. Nəzəri baxımdan hərbi məsələlərə logistik yanaşmalar özünün praktik həllini mahiyyət etibarilə məhz, ikinci dünya müharibəsi dövründə ikinci cəbhənin açılması vaxtı Amerika ordusunun vahid idarəetmə prinsipi üzrə idarə edilməsi və təchizat, anbar, habelə nəqliyyat əməliyyatlarının müvəffəq əlaqələndirilməsi zamanı tapdı. Başqa sözlə, həmin dövrdə hərbi logistikanın nəzəri müddəaları özünün real həllini, tətbiqini göstərildiyi kimi ikinci dünya müharibəsində ordunun idarə edilməsi və onun müxtəlif hərbi ləvazimatlarla təchiz olunması sahəsində təzahür etdirdi.

Baxılan tarixi dövrdə ilk logistik təşkilat və cəmiyyətlərin meydana gəlməsinə də xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. İlk belə təşkilat kimi 1951 - ci ildə yaranan, ABŞ-da və eləcə də dünya təsərrüfat sistemində tədarukat proseslərinin idarə edilməsi problemləri ilə məşğul olan və 1967 - ci ildə təchizat agentlərinin Milli Assosiasiyasına çevrilən Milli Assosiasiyayı hesab etmək olar.

İkinci mərhələ 1950-ci illərin ortalarından 1970-ci ilə qədər olan müddəti əhatə edir. Mütəxəssislər bu dövrü logistikanın yaranması (konseptualizasiya) dövrü kimi təsnif edirlər. İkinci dövr logistikanın nəzəri və praktiki nöqtəyindən nəzərdən tez inkişafı ilə səciyyələnir. Bu dövr ərzində logistika təfəkkür tərziləri kimi mövcud olmuş və praktiki baxımdan məhsulların bölüşdürülməsinin tam olmasa da (hissə-hissə) optimallaşdırılması ilə xarakterizə edilir (ABŞ-da bu faza məhsulların «fiziki bölüşdürülməsi» adlanır). Qeyd olunan dövr ərzində məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə ehtiyacın yaranması marketinq fəlsəfəsinin meydana gəlməsi nəticəsində alıcı bazarının əsaslı keyfiyyət dəyişikliklərinə məruz qalması ilə əlaqələndirilir, izah edilirdi. Bu zaman məhsul göndərmələr üzrə servis xidmətinin təşkili bazar strategiyasının işlənilməsi və seçilməsində həlledici əhəmiyyət kəsb edirdi.

Ötən əsrin 50-ci illərinin sonlarından etibarən sərt və ciddi rəqabətin təsiri nəticəsində özlərinin bazar mənfəəti və onun artırılması mənbələrindən təcrid olunan istehsalçı fir-

malar əsas diqqətlərini hazır məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsi probleminə, daha doğrusu, bölüşdürmə sferasında həyata keçirilən işlərin yaxşılaşdırılmasına yönəltdilər. Lakin təsərrüfat mexanizminə uyğun gələn material və informasiya axınlarını təmin edən infrastruktur bazalarının tələb olunan səviyyədə inkişaf etməməsi logistikanın geniş və hərtərəfli miqyasda tətbiqinə imkan vermirdi. Bu baxımdan təsərrüfat rəhbərləri özlərinin praktiki fəaliyyətlərində kifayət qədər vacib və eyni zamanda xüsusi: anbar kompleksləri və operativ nəqliyyat şəbəkələri, məlumatlar bankı və informasiya şəbəkələri, təkrar istehsal prosesinin ayrı-ayrı fazalarında material axınlarının idarə edilməsi metodlarının inkişafı kimi problemlərin həllinə daha çox maraq göstərir və bunları mütəmadi olaraq diqqət mərkəzində saxlayırdılar.

Ümumiyyətlə, ikinci dünya müharibəsi dövründə logistikanın tətbiq edilən bir sıra metodları müharibədən sonrakı dövrlərdə baş verən iqtisadi inkişaf nəticəsində demək olar ki, unuduldu. Menecerlər və marketoloqlar əsas diqqət və səylərini ayrı-ayrı istehlakçı qruplarının cari tələblərinin ödənilməsi və istehlak bazarında məhsul bolluğunun yaradılması probleminin həllinə yönəlmişdilər. Yalnız 1950-ci illərdə iqtisadiyyatda baş verən tənəzüllün nəticəsi olaraq böhranların aradan qaldırılması məqsədilə menecerlər məhsulların fiziki bölüşdürülməsi şəbəkələrini öyrənməyə, tədqiq etməyə başladılar. 1958-ci ildə mövcud olan iqtisadi böhran və mənfəət həcmnin azaldılması elə bir iqtisadi vəziyyətin yaranmasına gətirib çıxardı ki, işgüzar iqtisadi mühit məsrəflər üzərində səmərəli nəzarət sistemini yaratmaq məcburiyyətində qaldı. Bu zaman bütün istehsalçı firmalar başa düşdülər ki, logistik əməliyyatlar, xüsusilə də məhsulların fiziki bölüşdürülməsi kimi fəaliyyətə çəkilən məsrəfləri mütləq qiymətləndirmək və onlara nəzarət etmək lazımdır. Çünki, belə bir nəzarətin aparılmaması onların bazar uğursuzluğu üçün bilavasitə əlverişli şərait formalaşdırırdı.

Nəticə etibarlı ilə məhsulların fiziki bölüşdürülməsi üzrə əməliyyatların daha çox xərc tutumuna malik olması

qənaətinə gələn istehsalçı və vasitəçi strukturların təsərrüfat fəaliyyətində yeni - mühüm bir ənənə meydana gəldi ki, bu da məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə daha çox diqqət yönəldilməsini tələb edirdi. Ümumi formada belə bir tələbin meydana çıxmasını şərti olaraq aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

Birincisi, nəqliyyat xidməti üzrə qiymətlər kəskin artıdı. Bu zaman tətbiq edilən ənənəvi bölgü metodları xərc tutumlu olduğundan firmanın menecerləri bu məsrəflərə ciddi nəzarət etmək məcburiyyəti ilə üzləşdilər. 1970-ci illərdə yavaşca qiymətinin artması və bir sıra iqtisadi regionlarda onun əldə edilməsinin çətinləşməsi ilə əlaqədar olaraq bu sahədə mövcud vəziyyət daha da kəskin xarakter aldı. Artıq menecerlər nəqliyyatı biznes üçün dayanıqlı, sabit faktor adlandırmaqda bir qədər tərəddüd edirdilər. Nəqliyyat sahəsində baş verən bu dəyişikliklərə tez uyğunlaşmaq üçün mütləq çoxlu sayda və bir-birilə məntiqi bağlı olan yeni qərarlar qəbul etmək lazım gəlirdi. Bu tip qərarlardan ən ümumi nəqliyyat vasitələrindən istifadə sahəsinə dövlət müdaxiləsinin azaldılması və ya məhdudlaşdırılmasından ibarət idi. 1970-ci illərin sonlarında dünya təsərrüfat sistemində ümumi istifadədə olan nəqliyyat təşkilatları üçün dövlət tənظيمlənməsi demək olar ki, aradan qaldırıldı. Əsasən məhsul göndərən tərəfindən istifadə edilən nəqliyyat vasitələri üçün köhnə «oyun qaydaları» ləğv edildi. Belə bir şəraitdə yeni islahatın yaratdığı imkanlardan nəqliyyat vasitələrini istismar edən firma və şirkətlərin bəhrələnməsi üçün nəqliyyat sferasında həm cari, həm də uzunmüddətli strategiyaları yenidən nəzərdən keçirmək lazım gəldi.

İkincisi, istehsalın səmərəliliyi maksimum həddə çatmışdı. Mənfəətin əsas hissəsinin istehsal sferasında formalaşmasına baxmayaraq maliyyə, material və əmək resurslarından istifadə sahəsində əlavə iqtisadi qənaətlərə nail olunması olduqca mürəkkəb xarakter almışdı. Mənfəət və effektivlik nöqtəyi-nəzərindən məhsulların fiziki bölüşdürülməsi və logistika faktiki olaraq tədqiq olunmayan sahə hesab edilirdi.

Üçüncüsü. əmtə-material ehtiyatlar və onların idarə edilməsi fəlsəfəsində əsaslı dəyişikliklər baş vermişdi. Belə ki, bu zaman istehsal olunan hazır məhsulun təqribən 50 %-i pərakəndə ticarət şəbəkələrinin əlində cəmləşirdisə, digər yarısı istehsalçıların və topdan ticarət şəbəkələrində qalırdı. 1950-ci illərdən etibarən material və əmtəəlik məhsul ehtiyatlarının idarə edilməsi üzrə daha mütərəqqi metodların tətbiqi hazır məhsul ehtiyatı həcmnin azaldılmasına və yuxarıda qeyd olunan proporsiyanın dəyişməsinə (pərakəndə ticarət strukturlarında 10%, istehsalçılar və topdansatış strukturlarında isə 90%) gətirib çıxardı.

Dördüncüsü, məhsul çeşidi əhəmiyyətli dərəcədə genişləndi. Bu da öz növbəsində hər bir istehlakçıya ona lazım olan məhsulun tələb olunan həcmdə və yerdə verilməsi üçün marketing siyasətinin lazımı səviyyədə qurulması və yerinə yetirilməsini tələb edirdi. Məsələn, ötən əsrin 50-ci illərinin ortalarına qədər bir sıra məhsullar, e cümlədən elektrik lampası, məişət cihazları və kosmetik salfetkalar öz təbiətlərinə görə əhəmiyyətli dərəcədə funksional xarakter daşıyırdı, yəni kifayət qədər müəyyən, konkret eyni funksiyanın yerinə yetirilməsinə xidmət göstərirdi. Lakin geniş çeşidli məhsul nomenklaturasının istehsal olunması əvvəllər bir qrupa aid edilən məhsullar arasında funksional baxımdan mövcud olan fərqləri aradan qaldırdı. Ehtiyatların uçot vahidlərinin (SKU) kəmiyyəti, yəni, əmtəəlik ehtiyatların müxtəlif elementləri eksponensial qanun üzrə artmağa başladı.

Beşincisi, logistik metodların və prinsiplərin tətbiqinə əlverişli şərait yaradan kompyüter və kommunikasiya texnologiyalarının istehsalı sahəsində inqilabi dəyişikliklər baş verdi.

Bu dövr ərzində logistikanın qərb ölkələrinin biznes fəaliyyətində intensiv tətbiq edilməsi (ekspansiyası - genişlənməsi, yayılması) hər şeydən əvvəl görüldüyü kimi məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə çəkilən ümumi məsrəflərin

azaldılması konsepsiyasının meydana gəlməsi ilə şərtləşirdi, onunla əlaqədar idi. Bu konsepsiya mahiyyət etibarı ilə məhsulların istehsalçılardan istehlakçılara hərəkəti zamanı çəkilən bütün məsrəflərin ümumi səviyyəsinin azaldılması məqsədilə onların bölüşdürmə şəbəkələrində mütləq qruplaşdırılmasını nəzərdə tutur. Məsələn, avtomobil nəqliyyatı ilə məhsul daşımaların gözləmələrə yol vermədən hava nəqliyyatı ilə davam etdirilməsi digər logistik əməliyyatların, xüsusilə də «ələlti» anbarların yaradılması zəruriyyətini aradan qaldırır. Başqa sözlə, xammal, material və hazır məhsulların anbarlaşdırılması, saxlanması və ehtiyatların idarə edilməsi üçün heç bir canlı və maddiləşmiş əmək məsrəfinə ehtiyac olmur. Lakin məhsulların xüsusi nəqlinə - daşınmasına çəkilən ümumi məsrəflərin (göstərilən nümunədə avtomobil nəqliyyatı + hava nəqliyyatı) həcmi artsa da bölüşdürmə şəbəkələrində məsrəflərin ümumi səviyyəsi azalır. Daha doğrusu, bölüşdürmə şəbəkələrində çəkilən ümumi məsrəflərin səviyyəsinin azalma tempi daşımalara çəkilən məsrəflərin artma tempini üstələyir.

Göstərilən nümunə iki: nəqliyyə və ehtiyatların idarə edilməsi kimi mühüm logistik funksiyalar arasında daxili qarşılıqlı münasibəti əks etdirir. Bu zaman bu iki logistik funksiya arasında qarşılıqlı münasibətlərin tənzimlənməsi üçün ümumi məsrəflər konsepsiyasından istifadə olunması daha məqsədəuyğundur. Ümumi məsrəflər konsepsiyası logistik qərarların qəbul edilməsi metodologiyasının inkişaf etdirilməsi üçün bazis rolunu oynayır.

Bütün bu qeyd edilənlərlə yanaşı bir sıra obyektiv iqtisadi və texnoloji amillərin mövcudluğu bu dövr ərzində logistikanın inkişafının daha da sürətlənməsinə səbəb olmuşdur. Belə amillərə:

- istehlakçı tələbinə münasibətlərin dəyişməsi (oligo-polist bazarların inkişafı);
- məsrəf amillərinin istehsala təzyiqi və onun artması;
- kompyüter texnologiyası sahəsində baş verən tərəq-

qi:

- ehtiyatların formalaşması strategiyasındakı mövcud dəyişikliklər;
- hərbi təcrübənin təsiri.

Qeyd olunan bu amillər praktiki olaraq 1960 - cı illərdə həm ABŞ-da, həm də Qərbi Avropa dövlətlərinin iqtisadiyyatında təzahür etmişdir. Bazarda əsasən istehlakçılara diqqətin gücləndirilməsi (xüsusilə servis xidmətinin xüsusi çəkisinin artırılması) və eyni tələbatı ödəyən müxtəlif nomenklaturalı məhsulların (rəqib əmtəələrin) əmələ gəlməsi kimi ənənə formalaşdı. Oligopolist bazar strukturlarının tez formalaşması biznesin təşkilini həyata keçirən ali menecerləri tələb və təklifi əlaqələndirmək, istehlakçılara yaxşı xidmət göstərmək üçün yeni yollar axtarmağa məcbur edirdi. Məhsul istehsalının və sifariş dövriyyəsinin qısaldılması məqsədilə yeni logistik yanaşmalar meydana gəldi. Bazarda məhsul çeşidinin çoxalması bölüşdürmə kanalları və ya şəbəkələrində ehtiyatların yaradılması və saxlanmasına çəkilən xərcləri avtomatik surətdə artırdı. Bu isə öz növbəsində malyeridilişi kanallarının təkmilləşdirilməsi və məhsulların fiziki bölüşdürülməsi prosesinə çəkilən məsrəflərin azaldılması üçün yolların axtarılmasını tələb edirdi.

Belə iqtisadi inkişafdan - ikinci dünya müharibəsindən sonra təqribən 1960-cı illərin ortalarında istehsal sferasında iqtisadi tənəzzül hallarının mövcud olması istehsalın həcmi- nin əsaslı surətdə azalması ilə nəticələndi. Bazar vəziyyətinin dəyişməsi və oligopolistik rəqabətin artması istehsal sferasında məsrəf faktorunun təsirini gücləndirdi. Bu da özlüyündə menecerləri məcbur edirdi ki, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi, məhsul istehsalı və onun bölüşdürülməsinə çəkilən məsrəflərin azaldılması üçün yeni, əlverişli iqtisadi mənbələr və yollar axtarıb tapsınlar. Məhz yeni logistik konsepsiya menecerlər üçün nəzərdə tutulan imkanları yarada bildi. Lakin istehsalçı firmaların menecerlərində belə fikir birliyi də formalaşmağa başladı ki, yeni logistik konsepsiyanın tətbiqi firmalardan yüksək logistik xərclər tələb edir və onun həyata keçirilməsi məhz xərclərin

tələb olunan bu səviyyəsində reallaşa bilər.

1960-cı illərin ortalarında ABŞ-da aparılan iqtisadi təhlil göstərdi ki, logistik məsrəflər ümummilli məhsulun həcmində təqribən 15 %, ümummilli məhsuldan servis xidmətlərini çıxıldıqdan sonra cəmi 23 % paya malikdir. Çəkilən məsrəflərin tərkibcə üçdə iki hissəsini nəqliyyat xərcləri, üçdə bir hissəsini isə ehtiyatların yaradılması və saxlanılmasına çəkilən xərclər təşkil edirdi.

Bu dövr ərzində logistik xərclərin yüksək səviyyəsi təkcə ABŞ deyil, eyni zamanda Yaponiya, Böyük Britaniya və digər Avropa dövlətlərində də müşahidə olunurdu. Belə ki, Böyük Britaniyada məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə çəkilən logistik xərclər satılan məhsul həcmi- nin təqribən 16%-ə yaxın hissəsini təşkil edirdi. Bunun da 5,5 %-i məhsulların daşınması ilə əlaqədar nəqliyyat xərcləri idi. Yaponiyada isə məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə çəkilən logistik xərclər isə təqribən satılan məhsul həcmi- nin 26,5 %-ni, nəqliyyat xərcləri isə 13,5 %-ni təşkil edirdi. Avropa İttifaqına üzv olan ölkələrdə logistik xərclər əlavə edilən dəyərin kəmiyyəti də 21 % paya malik idi ki, bunun da 8,6 %-ni nəqliyyat, 9,2%-ni ehtiyatların yaradılması və saxlanılmasına çəkilən məsrəflər, 3,2 %-ni isə logistik əməliyyatlar və funksiyaların idarə edilməsi ilə məşğul olan heyətin saxlanılmasına çəkilən xərclər təşkil edirdi.

Təhlil aparılan dövrdə logistik təfəkkürün inkişafına təsir göstərən digər ən mühüm amili hesablama texnikası və informasiya texnologiyasının biznes sferasında geniş tətbiqi ilə əlaqələndirmək olar. Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatında elmi-texniki tərəqqi çoxalternativli və optimallaşdırma məsələlərinin (məsələn, nəqliyyat növünün necə seçilməsi, istehsal və anbarların necə optimal yerləşdirilməsi, çoxçeşidli məhsul ehtiyatlarının necə idarə edilməsi, resurslara tələb və təklifin necə proqnozlaşdırılması və s.) həll edilməsinə şərait yaratdı. Sadələnən bu məsələlər 1950 - ci illərin ortalarından biznes sahəsində aktiv tətbiq edilən və inkişafda olan kompyüter texnologiyasının diqqət mərkəzindən kənarında qala bilməzdi. Kompyüterlər hər bir iri fir-

manın təsərrüfat həyatının ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrildi. Bu zaman müasir iqtisadi-riyazi metodlar və optimal planlaşdırma modelləri, kütləvi xidmət nəzəriyyəsi, ehtiyatların idarə edilməsi nəzəriyyəsi və əməliyyatların tədqiqi üzrə digər, xüsusilə isə riyazi statistik, xətti proqramlaşdırma və proqnozlaşdırma metodları geniş tətbiq edilməyə başlandı. Menecerlərin biznes sahəsində məsrəflərin azaldılması və optimal idarəetmə qərarlarının alınması vasitəsi kimi informasiya-kompyüter texnologiyalarının tətbiqinə marağı artdı. Kompyüter texnologiyası ilə logistik prinsiplərin sintezinin nəticəsi olaraq ABŞ-da istehsal daxili mikrologistik sistem - materiallara tələbatın hesablanması sistemi işləniş hazırlandı.

Beləliklə, məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə logistik yanaşmalar getdikcə güclənirdi. Bu da hər şeydən əvvəl özünü ehtiyatların formalaşması strategiyasının dəyişməsinə də təzahür etdirdi. Əksər məhsul istehsalçıları artıq istehsal yerlərində böyük həcmdə hazır məhsul ehtiyatı yaratmaq istəmirdilər və məhsullarını nəyin hesabına olursa olsun bölgü kanallarına yönəltməyə səy göstərirdilər. Buna görə də topdan və pərakəndə ticarətini həyata keçirən bu və ya digər vasitəçi strukturlar anbarların dislokasiyası, nəqli, malyeridilişi kanallarında ehtiyatların səviyyəsinə nəzarət və onların idarə edilməsi ilə bağlı problemləri müstəqil həll etmək məcburiyyətində qaldılar. Təbii ki, bu logistik aktivliklə əlaqədar olaraq vasitəçi strukturların - distribyuterlərin çəkdiyi məsrəflərin həcmi artdı və əks reaksiyaya - ehtiyatların istehsalçılara qaytarılmasına gətirib çıxardı. Belə bir halda vasitəçi strukturlarla istehsalçılar arasında yaranan böhran vəziyyətinin aradan qaldırılması yalnız logistik koordinasiya hesabına həll edilə bilərdi.

Nəhayət, hərbi logistika sahəsində mövcud olan praktiki təcrübədən menecerlər tədricən logistik fəaliyyətlərin idarə edilməsi və əlaqələndirilməsi üçün istifadə etməyə başladılar.

1960-cı illərin sonlarından etibarən isə qərbi ölkələrində menecmentin integrativ aləti kimi yeni konsepsiya «biznes-logistik konsepsiya» formalaşmağa başladı. Bu konsepsiyayı mahiyyətinə görə aşağıdakı kimi ifadə etmək olar: «Logistika-məhsulların hərəkəti və konkret yerdə və təyin edilmiş vaxtda bu məhsullar üzrə tələb və təklifin əlaqələndirilməsinə imkan verən bütün fəaliyyət növlərinin menecmentidir».

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

Dünyada böyük nüfuza malik olan və sonralar Logisik Menecmet Şurasına çevrilən ABŞ-ın fiziki bölüşdürmənin menecmenti üzrə Milli Şurası o zaman logistikaya aşağıdakı kimi təyinat vermişdi: «Logistika, hazır məhsulun istehsal xətlərinin sonundan istehlakçılara effektiv çatdırılması, bəzi hallarda isə təchizat mənbələrindən istehsal xətlərinin əvvəlinə qədər xammal və materialların hərəkəti ilə əlaqədar olan geniş fəaliyyətdir. Bu fəaliyyət özünə nəqli, anbarlaşdırma, materialların emalı, qablaşdırma, ehtiyatlara nəzarət, istehsal və anbar yerlərinin seçilməsi, məhsul istehsalına sifarişlərin verilməsi, tələbin proqnozlaşdırılması, marketing və istehlakçılara xidmətin göstərilməsini birləşdirir».

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

lərinə məxsus firmaların orta və hətta ali menecer təbəqələri tərəfindən heç də birmənalı qarşılanmırdı. Uzun müddət ərzində ənənəvi funksiyaların, məsələn, tədarükət, nəqliyyat, yüklərin emalı və s. yerinə yetirilməsinə öyrənmiş, adət etmiş menecerlər ümumi məsrəflərin azaldılması konsepsiyası əsasında material axınlarının idarə edilməsinin reallaşdırılması üçün zəruri olan təşkilatı dəyişikliklərin tətbiqinə, aparılmasına tez-tez maneəçilik törədirdilər. Bu, sadəcə ənənəvi funksiyaların icra edilməsinə mexaniki vərdiş etmiş menecerlərin yeniliyin qəbul edilməsi sahəsində göstərdikləri ətalətlə bağlı idi. Həmin dövrdə demək olar ki, digər, əlavə və çətinliyi isə mövcud mühasibat uçotu sistemi yaradırdı. Çünki, logistik xərcləri təşkil edən elementlərin müəyyənləşdirilməsi və onlara nəzarət, habelə firmanın logistik əməliyyatlarının maliyyə nəticələrinin qiymətləndirilməsini fəaliyyətdə olan mühasibat uçotu sistemi vaxtı - vaxtında aparmağa, həyata keçirməyə qadir deyildi.

1970-ci illərdə yüksək keyfiyyətli xammal resurslarının çatışmaması fonunda rəqabət mübarizəsi daha da gücləndi. Bu ötən əsrin 70-ci illərini xarakterizə edən spesifik cəhətlərdən biri idi. Eyni zamanda ümumi logistik məsrəflərin həcmində də əhəmiyyətli dərəcədə dəyişikliklər müşahidə olunmağa başladı. Məsələn, təkcə təhlil edilən on il müddətində ABŞ - da bu məsrəflərin 2,7 dəfə artması məhsul istehsalçıları və menecerləri daha çox narahat edirdi. Bununla əlaqədar olaraq əksər istehsalçı firmaların ümdə vəzifələri əmtəəlik məhsulların maya dəyərini azaltmaq və xammal, material, yarımfabrikat və dəstələşdirici məmulatlardan rəşional istifadə istiqamətlərini müəyyənləşdirməkdən ibarət idi. Bu zaman dünya enerji böhranının getdikcə artması bu məsələlərin daha da dərinləşməsində mühüm rol oynadı.

1973-1980-cı illər ərzində xam neftin dünya bazarında qiyməti təqribən 4 dəfə artdı və bu da qərbi dünyasında inflyasiyanın geniş vüsət almasına və sənaye istehsalında böhranların əmələ gəlməsinə səbəb oldu. Qərbi ölkələrinin iqtisadiyyatında bu müddət ərzində mövcud olan staqinflyasiya ali menecerləri məcbur edirdi ki, məhsul istehsalına və onun biznes-logistik konsepsiyası əsasında bölüşdürülməsinə çəkilən məsrəflərin azaldılması yollarının axtarılıb tapılması işi ilə ciddi məşğul olsunlar. Odur ki, resurs amili, xüsusilə də hazır məhsulun enerji və material tutumunun azaldılması rəqabət mübarizəsi üçün həlledici amilə çevrildi. İstehsalın idarə edilməsi və ona nəzarət məqsədini daşıyan kompyüter sistemlərinin meydana gəlməsi, avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinin texnoloji proseslərdə və istehsal bölmələrində tətbiqi logistik prinsiplər əsasında qurulan istehsal sahələrinin rəqabət mübarizəsinə tab gətirməsi üçün bir növ əlverişli iqtisadi şərait formalaşdırdı.

Hal-hazırki, dövrə qədər hazır məhsul anbarlarının optimal yerləşdirilməsi, optimal məhsul göndərmə partiyalarının seçilməsi, yük daşımalarda üzrə optimal nəqliyyat marşrutlarının müəyyənləşdirilməsi üzrə ənənəvi məsələlər bir-birindən asılı olmadan müstəqil surətdə həll edilirdi. Daha doğrusu, qeyd olunan məsələlər kompleks formada deyil, sistemin ayrı-ayrı elementləri kimi nəzərdən keçirilir və həll edilirdi. Təbii ki, bu da istər makro, istərsə də mikro səviyyədə ümumlogistik problemlərin aradan qaldırılmasını çətinləşdirir və nəzərdə tutulan mənfəətlik normasının təmin olunmasına şərait yaratmırdı. Məsələn, ümumi logistik əməliyyatlar kompleksində əgər məhsuldaşımalara çəkilən xərclərin nisbətən azaldılmasına nail olunurdusa, digər bir sahədə ehtiyatların səviyyəsinin

yüksəldilməsi və bu ehtiyatların saxlanılmasına çəkilən xərclərin artması halları baş verirdi və ya istehsal ehtiyatlarının tələb olunan səviyyədə yaradılmasına maneəçilik törətməklə istehsal prosesinin gedişində fasilələr əmələ gəlirdi. Lakin nəzərdən qaçırmaq lazım deyil ki, məhsuldaşımalarına çəkilən xərclərin mütləq və ya nisbi azalması bir tərəfdən firma və şirkətlərə məhsulgöndərmənin sürəti, ahəngdarlığı və etibarlılığının aşağı düşməsi nəticəsində əhəmiyyətli dərəcədə ziyan vura bilər. Başqa bir tərəfdən isə məhsuldaşımalarına çəkilən xərclərin azalması nəqlətmə prosesinin səmərəli idarə edilməsi göstəricisidir. Bu, idarəetməni xarakterizə edən göstəricidir. Sadəcə olaraq burada diqqəti cəlb edən məqam ondan ibarətdir ki, hər bir logistik funksiya və əməliyyatlar, eləcə də logistik sistemin iştirakçıları bir-birindən təcrid olunmuş formada deyil inteqrativ qaydada fəaliyyət göstərməlidir.

Logistikanın bu inkişaf mərhələsi bütün digər şərtlərlə bərabər hər şeydən əvvəl mübadilə sferasında həyata keçirilən, reallaşdırılan əməliyyatların optimallaşdırılması ilə xarakterizə olunur. Bu zaman logistik sistemlərin subyektləri kimi çıxış edən hər bir istehsalçı, məhsulgöndərən və istehlakçı firma və şirkətlərin (vasitəçi firmalarda daxil olmaqla) ayrıca, əlahiddə götürülmüş formada təsərrüfat fəaliyyətinin optimallaşdırılması heç də həmişə nəzərdə tutulan məqsədə nail olunması üçün kifayət etmirdi. Yəni, bir firma və ya şirkət daxilində ixtiyari əməliyyatların (yüklərin nəql edilməsi, istehsal, anbarlaşdırma, bölüşdürmə və satışın təşkili və s.) yerinə yetirilməsinə çəkilən xərclərin dəyişməsi (artması və ya azalması) bütün logistik proseslərə təsir etmə imkanına malik olsa da heç vaxt ümumi logistik sistemin iştirakçıları tərəfindən müsbət qarşılanmır. Daha doğrusu, mübadilə sferasına məxsus olan logistik subyektlərin yerinə

yetirəcəkləri əməliyyatlar və ya funksiyalar da bir-birinin iqtisadi mənafeələrini nəzərə alınmaq şərti ilə optimallaşdırılmalıdır.

Məhz, bu mərhələnin başlanğıcında anbar təsərrüfatının və nəqliyyat xidmətinin əlaqələndirilməsi baxımından elmi və praktiki işçilər arasında «fiziki bölüşdürmənin idarə edilməsi» anlayışı əvəzinə «logistika» anlayışı tətbiq olunmağa başlandı. Belə bir keyfiyyət dəyişikliyinə aparılması formal xarakter daşımırdı: logistik tədqiqatlar məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin idarə edilməsi çərçivəsindən kənara çıxmaqla burada firmanın bütün resurs potensialından optimal istifadə edilməsilə əlaqədar olan geniş miqyaslı məsələlər öz əksini tapdı. Firmaların tədavül xərclərinin azaldılması iqtisadi-təşkilati tədbirlər kompleksinə aid edilən funksiyalardan birinə çevrildi.

1970 - ci illərin sonlarında qərb dünyasında praktiki olaraq məhsul anbarlarında aparılan prosesləri və onun əməliyyatlar üzrə tərkibini, habelə onun texniki, təşkilati və texnoloji təminatını əsaslı sürətdə dəyişən «taraqblaşdırma» inqilabı başa çatdı. Nəqliyyat - anbar avadanlıqlarının, yeni növ tara və qablaşdırma məmulatlarının istehsalı sahəsində mütərəqqi irəliləyişlər müşahidə olundu. Müasir avtomatlaşdırılmış anbar komplekslərinin yaradılması və yüklərin nəql edilməsində konteyner daşımalarından intensiv istifadə olunması məhz bu inqilabi dəyişikliklərin nəticələri hesab edilə bilər. Məhsulların bölüşdürülməsi üzrə logistik sistemlərdə standart tara və qablaşdırmaların, xüsusilə standart tipə və ölçüyə malik bir sıra qablaşdırma və palletlərin tətbiqi əhəmiyyətli iqtisadi nəticələr verməyə başladı.

Beləliklə, böhran vəziyyətindən çıxmaq, məhsul istehsalı və satışı sahəsində yeni böhran halları ilə rastlaşmamaq üçün material axınlarının logistik idarə edilməsinin təkə ayrı-ayrı mərhələlər üzrə deyil, təkrar istehsal prosesinin bütün fazaları üzrə həyata keçirilməsi tələb olunurdu. Eyni

zamanda məhsulların fiziki bölüşdürülməsi üzrə əməliyyatların idarə edilməsi əvəzinə bütün material axınlarının idarə edilməsi sahəsində yeni logistik prinsiplərin tətbiqi məhz bu dövrü səciyyələndirən cəhətlər hesab olunur.

Üçüncü mərhələ 1980 - cı ildən 1990 - cı illərin ortalarına qədərki bir müddəti əhatə edir. Qeyd olunan dövr qərb dünyasında müasir marketinq və logistik (inteqral) konsepsiyaların sürətli inkişafı ilə xarakterizə olunur. ABŞ-ın Miçiqan Universitetinin logistika üzrə nüfuzlu və hörmətli alim və mütəxəssislərindən biri olan professor Donald Bauersoks təsadüfi deyil ki, bu dövrü «logistik intibah» dövrü adlandırmışdır. Həqiqətən də əvvəlki onilliklərlə müqayisədə 1980-1990-cı illərdə Qərb ölkələrinin təsərrüfat həyatının ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilən logistika həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan çox yüksək bir inkişaf səviyyəsinə çatdı. Bu dövr ərzində logistikanın inkişafını müəyyənləşdirən ideya hər şeydən əvvəl istehsalçı firmaların logistik funksiyaları ilə onların tərəf müqabilləri - iqtisadi tərəfdaşlarının logistik funksiyalarının maksimum inteqrasiya edilməsi hesab olunurdu. Daha doğrusu, minimum xərclərlə biznes fəaliyyətinin son nəticələrinin yaxşılaşdırılması üçün «tədarükat - istehsal - fiziki bölüşdürmə-satış» logistik mərhələlər üzrə istər istehsalçı, istərsə də istehlakçı firmaların logistik mənafeələrinin tarazlaşdırılması və uyğunluğunun təmin olunması logistikanın inkişafını şərtləndirən vacib, eyni zamanda təyinedici faktordur. Baxılan dövr ərzində logistik fenomenin «yüksəlişi, coşğunluğu» ilə əlaqədar dünya iqtisadiyyatında əhəmiyyətli dəyişikliklər:

- informasiya texnologiyası sahəsində inqilab və fərdi hesablama texnikasının (kompyüterlərin) tətbiqi;
- bazarların qlobalaşması;
- iqtisadiyyatın infrastrukturunun dövlət tənzimlənməsi mexanizmində baş verən əsaslı dəyişikliklər;
- məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsi fəlsəfəsinin geniş yayılması;

- iqtisadi əməkdaşlığın və strateji ittifaqın inkişaf tempi;
- biznesin təşkilində struktur dəyişiklikləri və s. baş verdi.

1980-1990-cı illər kompyüter «əsri» kimi adlanır. Təbii ki, logistikanın gələcək inkişafını məhz kompyüterləşdirmənin tətbiqi ilə təmin etmək məsələsi bütün logistik menecerlər qarşısında duran vacib problem idi. Kiçik qabaritə və nisbətən ucuz qiymətə malik olan fərdi kompyüterlər (FK) istənilən təsərrüfat subyektinin iqtisadi fəaliyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsi olmaqla hər bir iş yerində istehsal, texnoloji, bölüşdürücü və material axınları ilə əlaqədar olan digər proseslərin idarə edilməsi və ya onlara nəzarət funksiyasını həyata keçirir. Lokal hesablama texnikası və telekommunikasiya şəbəkələri bazasında yaradılan, iş yerlərinin avtomatlaşdırılmasına xidmət göstərən fərdi kompyüterlərdən istifadə logistika üçün yeni imkanlar, perspektivlər açdı və logistik sistemin bütün iştirakçılarının səmərəli fəaliyyəti üçün təminat yaratdı. Aydın ki, hər bir iş yerində quraşdırılan fərdi kompyüterlər funksional, texniki və riyazi proqram təminatları hesabına fəaliyyət göstərir. Ayrı-ayrı məqsədlərə xidmət edən, müasir proqram təminatlarına malik olan fərdi kompyüterlər logistik menecmentlər üçün bir tərəfdən interaktiv prosedurların - xammal, material və hazır məhsulların alınmasından hazır məhsulların bölüşdürülməsi və satışı da daxil olmaqla hər bir logistik əməliyyatların vaxtında və tələb olunan səviyyədə həyata keçirilməsinə imkan verir. Digər tərəfdən isə kompyüter və müasir informasiya texnologiyasından istifadə edilməsi yarımfabrikatların mövcud səviyyəsi, hazır məhsul buraxılışının vəziyyəti, istehsal ehtiyatlarının səviyyəsi, material və dəstləşdirici məmulatların göndərilməsi həcmi, sifarişlərin yerinə yetirilməsi kimi göstəricilərə dəqiq və vaxtında nəzarət olunmasına xidmət göstərir. 1990 - cı illərin əvvəllərində güclü, əməliyyatların aparılmasına görə sürətli və nisbətən baha fərdi

kompyüterlərin yeni nəslinin meydana çıxması logistikada informasiya-kompyüter innovasiyasının tətbiqini stimullaşdırdı və onun üçün geniş perspektivlər açdı.

Makroprosessor texnikasının təkmilləşdirilməsi və onun sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatının bütün sahələrində aktiv tətbiqi informasiya-kompyüter texnologiyası sahəsində inqilabi dəyişikliklərlə nəticələndi. İqtisadi informasiyaların elektron daşıyıcıları formasında mövcud olması və onların fərdi kompyüterlər arasında sadə və əlverişli mübadiləsi müasir iqtisadi şəraitdə belə növ informasiyaları həyati tələbata - bazar infrastrukturunun mühüm komponentlərindən birinə çevirdi. Beynəlxalq informasiya fəzasının formalaşması bir tərəfdən məlumatlar bazası və bankının, digər tərəfdən isə elektron sövdələşmələri (elektron ticarətinin, elektron kommertiya fəaliyyətinin) və elektron kommunikasiya sistemi, habelə standartlarının yaradılması və inkişafı istiqamətində aparıldı. Bu sahədə logistik prinsiplərin tətbiqi üçün elektron bank əməliyyatları sisteminin (beynəlxalq banklararası SWIFT və SWIFT 2 şəbəkələri əsasında) yaradılmasını və onun əhəmiyyətini mütləq qeyd etmək lazımdır. Belə elektron əməliyyatları sisteminin yaradılması logistik tərəfdaşlar arasında informasiya mübadiləsi üzrə qarşılıqlı fəaliyyətin «məlumatların elektron mübadiləsi» EDI (Electronic Data Interchange) və «idarəetmə, ticarət və nəqliyyat sahəsində məlumatların elektron mübadiləsi» EDIFACT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport) standartları çərçivəsində aparılmasını təmin edir və bu standartlara uyğun xidmət göstərilməsini tələb edir. Daha doğrusu, qeyd olunan standartların tələbi baxımından iqtisadi informasiyaların mübadiləsi logistik tərəfdaşlar arasında əməliyyatların yerinə yetirilməsi nöqtəyi-nəzərindən heç bir problem yaratmır və icra edilməsi məcburi hesab olunan əməliyyatları isə əhəmiyyətli dərəcədə sadələşdirir, sənəd dövriyyəsi-

nin operativliyini artırmaqla ümumi logistik vaxt itkisinə yol vermir. Son nəticədə istehlakçıların xammal, material və hazır məhsullarla təminatı işi yaxşılaşır, istehsal olunan məhsulun keyfiyyəti yüksəlir, işçilərin peşəkarlıq səviyyəsi artır və istehsalçı firmalar haqqında istər tədarükət, istərsə də satış bazarlarında yüksək imic formalaşır.

Biznes sahəsində logistik konsepsiyaların tətbiqi elektron kommunikasiya bazarının, xüsusilə məlumatların ötürülməsi şəbəkəsinin, faksimil rabitənin, elektron poçtunun, telekonferensiyaların, hesablama palatalarının, əlverişli proqram təminatlarının intensiv inkişafına təkan verdi. Nəticə etibarilə logistik tərəfdaşlar tərəfindən kommertiya (Compuserve, America Online) və qeyri-kommertiya (Internet) xarakterli kütləvi xidmət - informasiya sisteminin imkanlarından geniş istifadə olunmağa başlandı.

Logistikanın inteqrativ konsepsiyasının yaradılması və istifadə edilməsində təyinedici rolunu demək olar ki, real zaman miqyasında informasiya əlaqələri üzrə mövcud sistemləri (məsələn, sputnik vasitəsilə telekommunikasiya sistemləri) tətbiq etməklə material axınlarına mütəmadi nəzarət edilməsi imkanlarının yaranması, meydana çıxması faktorunu oynadı. Beləliklə, informasiya texnologiyası sahəsində baş verən inqilablar bir daha sübut etdi ki, material axınları ilə bərabər informasiya axınları da logistik idarəetmənin obyektidir və onların praktiki fəaliyyətdə eyniləşdirilməsi dövrün tələbləri baxımından logistik problemlərin aydın dərk edilməsini gücləndirir. Bununla əlaqədar olaraq 1985-ci ildə ABŞ-da fəaliyyət göstərən Logistik Menecment Şurası (LMS) logistika sahəsində indiyə qədər mövcud olan anlayışları bir daha dəqiqləşdirərək ona aşağıdakı kimi təyinat vermişdir: «Logistika, istehlakçı sifarişlərini dolğun ödəmək üçün xammal, material, bitməmiş istehsal, hazır məhsul ehtiyatları, xidmət və onlara bərabər tutulan informasiya axınlarının yaranma mənbəyindən istehlak yerlərinə (idxal və ixrac da daxil olmaqla) qədər planlaşdırılması, idarə

edilməsi və effektiv nəzarəti prosesidir».

Verilən təyinatda üç mühüm cəhət özünü qabarıq formada biruzə etdirir. Əvvəla, material axınlarının yaranma mənbəyindən son istehlak yerlərinə qədər hərəkəti zamanı yerinə yetirilən hər bir logistik əməliyyatlar bir - birindən ayrılmaz olduğundan logistik fəaliyyət təbii ki, integrativ xarakter daşıyır. İkincisi, bu material axınlarına bərabər tutulan informasiya axınlarının da idarə edilməsi logistik sistemin tələbləri baxımdan vacibdir. Və nəhayət, üçüncüsü, artıq servis (qeyri-material) axınları da (bu ilk dəfə olaraq göstərilir) logistik idarəetmənin obyektini təşkil edir. Çünki, əvvəlki onilliklərdə logistikanın tədqiqat və optimallaşdırma obyektini yalnız material axınları təşkil edirdisə, bu dövrdə servis xidmətinin də yeni bir tədqiqat obyektinə çevrilməsi logistikanın prinsiplial inkişafına mahiyyət etibarlı ilə səciyyəvi xarakter verdi.

İnformasiya - kompüter sistemlərinin tətbiqi istehsal və bölüşdürmə sferasında yeni logistik texnologiyaların yaradılmasını bir növ stimullaşdırdı. MRP / DRP kimi logistik sistemlərin inkişafı sürətləndi, onların yeni modifikasiyası MRP2 (Manufacturing Resource Planning) və DRP (Distribution Resource Planning) sistemləri əmələ gəldi və bu sistemlərin yerinə yetirdikləri logistik funksiyalar genişləndi. Yeni logistik konsepsiyalar, məsələn, «Lean Production» («zəif» istehsal), QR (Quick Response)-«çevik reaksiya» CR (Continuous Replenishment) «fasilsiz bərpa» və s. əmələ gəldi. Eyni zamanda məhsulların fiziki bölüşdürülməsi praktikasında JIT konsepsiyasının bazası əsasında yük daşımaqların konteynerləşdirilməsi geniş tətbiq edilməyə başladı.

Dördüncü mərhələ – logistikanın perspektiv inkişaf və tətbiq mərhələsi adlanır. Xüsusi olaraq bu faza bazar iqtisadiyyatı ilə inkişaf edən ölkələr üçün daha xarakterikdir. Dördüncü mərhələ istehsal, təchizat, satış və istehlak proseslərinin hər birinə kompleks yanaşmaqla integrativ logistik

sistemlərin tam qurulmasını nəzərdə tutur. Təşkilati baxımdan bu öz əksini elm-istehsal birlikləri, korporasiyalar, konserinlər və assosiasiyaların sahələrarası və sahədaxili strukturunun yaradılmasında təzahür etdirir

Logistika sahəsində bir sıra nəzəri problemlərin həlli məhz bu dövrə təsadüf edir. Belə ki, məhsulların xidmət müddəti ərzində çəkilən xərclərin maksimum azaldılması üçün «logistik konsepsiya» anlayışı məhsulların həyat dövrünün bütün mərhələləri daxil edilməklə (məhsulların layihələşdirilməsi mərhələsindən başlamış onun təkrar xammal və ya tullantıya çevrilməsi mərhələsinə qədər) daha da genişləndirildi.

Müasir iqtisadi şəraitdə logistika, respublikamızda istər nəzəri, istərsə də praktiki baxımdan kifayət qədər geniş inkişaf etməmişdir. Bu, əgər bir tərəfdən ölkənin bazar iqtisadiyyatına keçməsi, iqtisadi sahələrdə aparılan struktur islahatları ilə əlaqələndirilsə, digər tərəfdən məqsəd bazarlarında müstəqil və sərbəst fəaliyyət göstərməyə tam şəkildə uyğunlaşmayan istehsalçı və istehlakçıların logistik idarəetmənin mahiyyətini, onun prinsip və metodlarının tətbiq xüsusiyyətlərini axıra qədər dərk etməmələri ilə bağlıdır. Odur ki, logistikanın tətbiqini məqsədəuyğun hesab edən iqtisadi zonaları, sahələri çox asanlıqla müəyyənləşdirmək mümkündür.

İnhisarçılıq sözün tam mənasında logistikadan istifadə imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə məhdudlaşdırır. Bazar iqtisadiyyatının həvəsləndirici motivi hesab olunun rəqabət və rəqabət şəraitinin istehsalçı firmalar arasında olmaması logistik təfəkkürün yaranmasına və onun inkişafına əsaslı sürətdə maneçilik törədir.

Ölkəmizdə logistikanın inkişafı üçün zəruri şərt təkrar istehsal prosesinin bütün fazalarında inhisarçılıq ənənələrinin iqtisadi əsaslarının ləğv edilməsindən ibarətdir. Əks tədqirdə iqtisadi tərəfdaşların sərbəst seçilməsinə əsaslanan rəqabətin inkişafı üçün, bazar konyukturası nöqtəyi-

nəzərindən qiymətin əmələ gəlməsi və sifarişlərin formalaşması üçün şəraitin yaradılmasını təmin etmək qeyri - mümkündür. Məhz bu şərait bazar iqtisadiyyatına uyğun gələn normal iqtisadi mühitin mövcud olmasını müəyyənləşdirir və yalnız bundan sonra ölkə iqtisadiyyatında logistik idarəetmə metodlarının effektiv tətbiqi haqqında mülahizələrin aparılmasını həyati tələbata çevirir.

İstər istehsal, istərsə də vasitəçilik sahələrində inhisarçılıq özü tənzimlənən bazar iqtisadi mexanizminin fəaliyyətini demək olar ki, dayandırır və logistikanın tətbiq imkanlarının aradan qaldırılması da daxil olmaqla iqtisadi sferada bütün neqativ halların əmələ gəlməsinə səbəb olur. Buna görə də bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrdə bazar münasibətlərinin dövlət tənzimlənməsi hər şeydən əvvəl rəqabət əsasında özü tənzimlənməni təmin edən şəraitin yaradılmasına yönəldilir. Başqa sözlə, bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövlət bazar subyektlərinin inhisarçılıq meyillərinin aradan qaldırılmasına yönəldilmiş geniş tədbirlər kompleksinə malik olmalı və onu iqtisadi inkişafın mərhələləri üzrə həyata keçirməlidir.

Ümumiyyətlə, bir tərəfdən firma və şirkətlərin məqsəd bazarlarında və ya onun seçilmiş segmentlərində mövqelərin möhkəmləndirilməsinə xidmət edən marketinq və logistikanın prinsip və metodlarından fundamental surətdə yararlanmaları ölkə iqtisadiyyatında rəqabət mühitinin əmələ gəlməsini şərtləndirir. Digər tərəfdən isə bazar iqtisadiyyatı və onun müəyyən inkişaf səviyyəsi logistikanın fundamental elmi sahə kimi bütün bazar subyektləri tərəfindən tətbiq sferasını genişləndirir.

Eyni zamanda dünya iqtisadiyyatında inteqrasiya əlaqələrinin inkişafı və biznesin qlobal xarakter alması ilə xarakterizə olunan bu mərhələdə beynəlxalq səpkili logistik sistemlərin yaradılmasına şərait formalaşdı. İri qərb firmaları qlobal strategiyaların (ucuz xammal və ya onun ünsürləri, habelə əmək resurslarının mövcud olduğu, tapıl-

dığı yerlərdə beynəlxalq bazarlar üçün məhsul istehsal edilməsi) inkişaf etdirilməsinə səy göstərirdilər. Avropa İttifaqına üzv olan ölkələr, eləcə də ABŞ ilə Kanada arasında milli xüsusiyyətlər, əmtəə və xidmətlərin mübadiləsi, gömrük, nəqliyyat və digər xarakterli maneələrin aradan qaldırılması nəticəsində məhsul və xidmətlərin, habelə əmək resurslarının ölkələr arasında sərbəst və azad yerdəyişməsi beynəlxalq logistik koordinasiyanın əhəmiyyətini daha da gücləndirdi. Beynəlxalq arenada logistik aktivlik daha kompleks xarakter aldı. İstehsal gücləri və bölüşdürmə mərkəzlərinin yerləşdirilməsi, nəqliyyat və xidmət növlərinin seçilməsi, ehtiyatların idarə edilməsi üzrə mütərəqqi metodların tətbiqi, adekvat informasiya və kommunikasiya sistemlərinin layihələşdirilməsi kimi problemlər logistik menecmentdən aktivlik və çeviklik tələb edirdi. Beynəlxalq yükdaşımalarda və Avropa İttifaqına üzv olan ölkələrin iqtisadi ticarət əlaqələrində logistik prinsiplərin reallaşdırılması üçün TEDIM, UNCTAD, TACIS, Qermes və Dosi-mel layihələri çərçivəsində beynəlxalq informasiya - kompyüter sistemləri yaradıldı. İntermodal yükdaşımalarda konteynerlərdən istifadəyə əsaslanan və məhsulların fiziki bölüşdürülməsi üzrə beynəlxalq logistik mərkəzlərin yaradılmasını nəzərdə tutan beynəlxalq (məsələn, 1992-ci ildə Almaniya, Fransa və Hollandiyanın birgə hazırladıqları «Collomodul») proqram və layihələr aktiv tətbiq edilməyə başlandı.

Beləliklə, dördüncü mərhələdə logistika inteqrativ logistikanın mütərəqqi konsepsiyalarından istifadə edən firmaların rəqabət mübarizəsində mühüm strateji alətə çevrildi. Müasir mərhələdə beynəlxalq bazarlarda logistik konsepsiyanın gələcək təkamülünə təsir edəcək əsas ənənələr formalaşdı. Bunları əsasən aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- sənaye istehsalında mövcud olan bəzi böhran halları;

- sənayedə ixtisaslaşmanın dərinləşməsi;
- birgə əməkdaşlığın və yeni menecment formasının təşkilində müasir yanaşmalar tələb edən ticarət tərəfdaşları ilə yeni münasibətlər;
- beynəlxalq inteqrasiya proseslərinin inkişafı;
- biznesin müxtəlif sahələrində rəqabətin güclənməsi;
- tətbiq edilən informasiya-kompyüter texnologiyalarının daha səmərəli istifadə olunması;
- yeni məhsul istehsalına tez keçilməsinə imkan verən çevik texnoloji avadanlıqların, çevik avtomatlaşdırılmış və robotlaşdırılmış istehsalın tətbiqi;
- industrial servisdə logistik prinsiplərin tətbiqinin gücləndirilməsi.

Bazar mövqeyinin möhkəmləndirilməsi və rəqabət mübarizəsində üstünlüklərin təmin edilməsi üçün hər bir bazar subyekti logistik metod və prinsiplərdən istifadə olunmasına xüsusi diqqət yönəldir. Rəqabət mübarizəsinin gücləndiyi, rəqabətin başlıca faktorunun vaxt hesab edildiyi indiki şəraitdə bazarda rəqabətə tab gətirmək üçün firmaların çevik və dinamik olmaları lazım gəlir. Bundan başqa biznesin ətraf mühiti daha kompleks və qeyri - müəyyən xarakter aldığından təbii ki, formalaşan logistik sistemdən yüksək səviyyədə adaptasiya və dayanıqlıq tələb edilir.

1.3. LOGİSTİKANIN İNKİŞAFINI ŞƏRTLƏNDİRƏN AMİLLƏR

Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə logistikanın inkişaf etdirilməsi probleminə artan maraqlar hər şeydən əvvəl tarixi baxımdan iqtisadi xarakterə malik səbəblərlə əlaqədardır. İstehsalın həcmnin artdığı, ölkədaxili və beynəlxalq əlaqələrin genişləndiyi bir şəraitdə mübadilə sferasına aid olunan xərclərin də səviyyəsinin yüksəlməsi faktoruna sahibkarların bazar fəaliyyətinin optimallaşdırılması məqsədilə

yeni formaların axtarılıb tapılması üçün səylərini gücləndirdi.

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

O da nəzərə alınmalıdır ki, hazır və onlara bərabər tutulan məhsulların beynəlxalq bazarlar çərçivəsində yerdəyişməsi ilə əlaqədar icra olunan əməliyyatlar milli bazarlarda anoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi ilə müqayisədə daha mürəkkəb və çox xərc tutumludur. Başqa sözlə, əgər milli bazarlar səviyyəsində bu əməliyyatlara sərf olunan xərclər idxal-ixrac məhsullarının satış dəyərinin 8-10%-ni təşkil edərsə, beynəlxalq bazarlar üzrə bu rəqəm müvafiq olaraq 25-35 % - dir.

Rəqabət mübarizəsi şəraitində fəaliyyət göstərən milli və beynəlxalq bazarların subyektləri (məhsul istehsalçıları) təbii ki, qiymət və keyfiyyət parametrləri əsasında özlərinin bazar mövqelərinin möhkəmləndirilməsi, satış paylarının artırılması, daha çox istehlakçıların cəlb edilməsi və son nəticədə bazar liderliyinə sahib olmaq üçün bütün birbaşa və dolaylı xərclərinin dəqiq uçotunu aparmalı və onun azaldılması yollarını müəyyənləşdirməlidirlər. Bu kontekstdən çıxış

edən hər bir bazar subyekti material, maliyyə və informasiya axınlarının idarə edilməsinə istiqamətlənən logistik prinsip və metodlardan mütləq istifadə etməlidir.

Beləliklə, fikrimizi ümumiləşdirmiş olsaq logistikanın inkişafı bir tərəfdən firma və şirkətlərin malyeridilişi ilə əlaqədar vaxt və maliyyə məsrəflərinin azaldılmasına səy göstərmələri ilə əsaslandırılırsa, digər tərəfdən isə aşağıdakı iki:

- bazar münasibətlərinin mürəkkəbləşməsi və məhsulların bölüşdürülməsi prosesinə kəmiyyət və keyfiyyət baxımından yüksək tələbkarlıq;
- çevik istehsal sistemlərinin yaradılması kimi amillərlə müəyyənləşir.

Deməli, logistikanın inkişafı əhəmiyyətli dərəcədə istehsal strategiyasında və malyeridilişi sistemində mühüm dəyişikliklərlə müşahidə olunan satıcı bazarından alıcı bazarına keçidlə əlaqələndirilir. İstehsalçıların istehlakçılara icbari formada təhkim edilməsi, resursların ciddi və sərt mərkəzləşdirilmiş qaydada «bölgüsü» prinsipinə əsaslanan totalitar təsərrüfatçılıq, inzibati-amirlik sistemində bu və ya digər məhsulun istehsalına qərarın verilməsi onun satış siyasəti (strategiyası) ilə uzlaşdırmırdı. Yəni, satış siyasətinin işlənməsi bir qayda olaraq məhsul istehsalından sonda gəlir və onun təşkili istehsalın diqtəsi-hökmü ilə həyata keçirilirdi. Lakin təsərrüfat subyektləri üçün fəaliyyət azadlığı təmin edən bazar iqtisadiyyatı şəraitində məhsul satışı bazarının həcmi və quruluşundan asılı olaraq məhsul istehsalına qərarların verilməsi və ya istehsal proqramının formalaşması qəti şəkildə satış strategiyasının tələblərinə uyğun həyata keçirilir. Odur ki, ciddi rəqabət şəraitində alıcıların (istehlakçıların) maraqlarına uyğunlaşmaq, ona «köklənmək» öz növbəsində məhsul istehsal edən müəssisə və firmalardan bu şərtlər və tələblərə adekvat cavab verilməsini tələb edir. Dəyişkən xarakterli bazar tələblərinə çevik reaksiya verən istehlakçılar nəticə etibarilə xidmətin keyfiyyətinin -

yaxşılaşdırılması, istehlakçı sifarişlərinin yerinə yetirilməsinə sərf edilən vaxtın azaldılması və müvafiq formada razılaşdırılmış məhsul göndərmə qrafiklərinə şərtsiz riayət edilməsinə nail olurlar. Belə bir şəraitdə, bütün bunlarla yanaşı, vaxt amili məhsulun qiymət və keyfiyyət amilləri ilə bərabər istehsalçı firmaların müasir bazarda müvəffəq fəaliyyət göstərmələrini müəyyənləşdirən əsas faktora çevrilir.

Eyni zamanda mahiyyət baxımından bölüşdürmə prosesinin keyfiyyətinə bazar subyektləri tərəfindən tələblərin artması və ya yeni xarakterli tələblərin yaranması da satış problemini mürəkkəbləşdirir. Daha doğrusu, bazar subyektləri yüksək xərc tutumlu hesab edilən məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə daha diqqətlə yanaşırlar. Belə bir şəraitdə təbii ki, bir tərəfdən alıcıların hazır məhsul istehsalçılarına, digər tərəfdən isə istehsalçıların özlərinin onlar üçün xammal, material və dəstəlaşdirici məmulatları göndərənlərə qarşı analoji reaksiyası həm yaranır, həm də artır. Nəticədə müxtəlif bazar subyektləri arasında mürəkkəb əlaqələr sistemi formalaşır və bu da öz növbəsində təchizat və satış sferasında mövcud olan təşkilati modelin (strukturun) yeniləşməsinə (modifikasiyasına) tələb edir. Bütün bu tələblərin yerinə yetirilməsi isə ayrı-ayrı istiqamətlərdə malyeridilişinin optimallaşdırılması üzrə işləri aktivləşdirir. Anbarların optimal (istehsalçıların və ya məhsul göndərənlərin istehlak yerlərinə yaxın olması baxımından) yerləşdirilməsi, məhsul göndərmə partiyalarının optimal kəmiyyətinin müəyyənləşdirilməsi və məhsul daşımalar üzrə optimal hərəkət marşrutlarının seçilməsi və sairə bu kimi problemlərin həlli asanlaşır.

Məlum olduğu kimi istehsalın təşkilində istifadə olunan ənənəvi konveyerlərin robotlarla əvəzlənməsi, yəni istehsalın robotlaşdırılması əhəmiyyətli dərəcədə canlı əməyə qənaət edilməsinə və kiçik partiyalarla məhsul hazırlanması hesabına işlərin rentabellik səviyyəsini artıran çevik istehsal strukturlarının yaradılmasına gətirib çıxarır. İri istehsal

müəssisələrində kütləvi istehsaldan imtina etməklə özlərinin istehsal fəaliyyətlərini məhz minimum xərclərlə kiçik seriyalı istehsal yönümündə qurmaları üçün əlverişli imkanlar yaradır. İri müəssisələrlə müqayisədə kiçik müəssisələrin çevik bazar şəraitinə uyğunlaşmaları və rəqabət qabiliyyətli olmaları üçün isə normal iqtisadi mühit formalaşır. Öz növbəsində istehsal fəaliyyətinin «kiçik partiyalar» prinsipi əsasında qurulması istehsalın material resursları ilə təminatı və hazır məhsulun satış sistemində müvafiq dəyişikliklərin həyata keçirilməsi ilə nəticələnir. Böyük həcmdə xammal, material, yarımfabrikat və son məhsulların göndərilməsi əksər hallarda iqtisadi nöqteyi - nəzərdən əlverişli olmur. Bununla əlaqədar olaraq istehsalçı müəssisələrin böyük anbar tutumlarına olan ehtiyacı aradan qalxır və ciddi vaxt məhdudiyyətləri daxilində yüklərin kiçik partiyalarla daşınmasına tələbat meydana gəlir. İlk baxışda belə fikir formalaşa bilər ki, istehsal yerlərinin anbar tutumlarından imtina etmələri məhsulların saxlanması ilə əlaqədar xərcləri azaltsa da (bəzi hallarda tam aradan qaldırırsa da) kiçik partiyalarla məhsul göndərmələrə çəkilən xərclər saxlama xərclərindən çoxdur, onu üstələyir. Lakin belə yanaşmada nəticə etibarlı ilə məhsulların daşınmasına çəkilən artan xərclər anbar xərclərinin azaldılması hesabına bərpa edilir.

Logistikanın inkişafını bilavasitə müəyyənləşdirən faktorlarla yanaşı bunun üçün imkan yaradan amilləri də nəzərə almaq lazımdır. Buraya hər şeydən əvvəl:

- iqtisadi məsələlərin həlli üçün sistem və kompromisslər nəzəriyyəsiindən istifadə;
- kommunikasiya sahəsində elmi-texniki tərəqqinin sürətləndirilməsi, mübadilə sferasında istifadə olunan sonuncu nəsəl EHM – nin firmaların təsərrüfat praktikasında tətbiqi;
- məhsulgöndərmələr üzrə qayda və normaların xarici-iqtisadi fəaliyyətə uyğunlaşdırılması (unifikasiyası), ixrac və idxal üzrə müxtəlif səpkili məhdudiyyətlərin aradan qaldırılması,

rılması, dünya təsərrüfat sistemində intensiv iştirak edən ölkələrin logistik yük vahidlərinin daşınması zamanı istifadə etdikləri yükləmə- boşaltma vasitələri, hərəkətedici heyət və bütünlüklə nəqliyyat vasitələrinin texniki parametrlərinin standartlaşdırılması aid edilir.

Bütün bu qeyd olunanlar isə istər mikro, istərsə də makrosəviyyədə logistik konsepsiyanın formalaşmasını aktuallaşdırdı. Təbii ki, belə bir konsepsiya hər şeydən əvvəl iki mühüm: sistem və kompromisslər nəzəriyyəsinin işlənilməsinə əsaslanır.

İlkin olaraq malyeridilişi prosesinin təşkili məsələsinin həllində sistemli yanaşma nəzəriyyəsiindən istifadə olunması bu prosesin özünə kompleks yanaşılması tələbini meydana çıxardı. Yəni, burada məqbul nəticə bizi maraqlandıran iqtisadi sferanın fəaliyyətinin hər hansı bir tərəfinə ağırlığı diqqəti yönəltməklə əldə edilmir. Burada bazara malyeridilişi ilə bağlı olan bütün fəaliyyət istiqamətləri kompleks şəkildə nəzərdən keçirilməli və onların fəaliyyəti bir-birilə üzvi şəkildə əlaqələndirilməlidir. Deməli, sistemli yanaşma nəzəriyyəsinin mühüm tələbi malyeridilişini təşkil edən sistemin yaradıcı bütün elementlərin daxili və xarici əlaqələri ilə birlikdə mütləq təhlil edilməsindən ibarətdir.

Logistik çərçivədə sistem iştirakçıları arasında qarşılıqlı iqtisadi münasibətlərin tənzimlənməsi, uzlaşdırılması kompromisslər nəzəriyyəsinin köməyi ilə həyata keçirilir. Məhz bunun əsasında sistemi bütünlüklə təmin edə bilən sərəmə əldə edilir.

İqtisadi kompromisslər-sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı kompleks məsələlər üzrə qərarların qəbul edilməsi prosesində tətbiq edilən kateqoriyadır. O, həm firmanın ayrı-ayrı struktur bölmələr arasında, həm də logistik prosesin iştirakçıları arasında iqtisadi maraqları əks etdirən müvafiq hesablamalar şəklində ifadə olunur. Bu zaman qərarların qəbul edilməsi çoxlu sayda dəyişənlərin təsiri altında olduğundan maraqların harmoniyasına hesablamaların apa-

rılması yolu ilə deyil məhz firmanın fəaliyyətini xarakterizə edən keyfiyyət göstəricilərinin müqayisə olunması ilə nail olunur.

Firmanın məsrəfləri, gəlir və mənfəətinin balanslaşdırılması metodu kimi nəzərdən keçirilən kompromisslər iki aspektdən:

a) sistemin bütün tədavül xərclərinə təsiri;

b) satışdan asılı olan gəlirlərə təsiri baxımından qiymətləndirilir.

Lakin buradan belə nəticə hasil olunur ki, kompromisslər sistem daxili xərclərin artmasına gətirib çıxarır. Standartlar çərçivəsində istehlakçılara yüksək xidmətin göstərilməsi nəticəsində satışdan əldə edilən gəlirlərin də mütləq həcmi artır. Daha doğrusu, xərclər nə qədər artırsa onlara mütənasib formada gəlirlərdə bir o qədər artır, yəni xərclərin artım səviyyəsi ilə gəlirlərin artım səviyyəsi eyniyyət təşkil edir. Bu zaman əgər gəlirlə xərc arasındakı fərq müqayisə olunan dövrdə əvvəlkindən fərqli olaraq böyükdürsə, onda hökm etmək olar ki, kompromiss nəticə etibarlı ilə «məsrəf-effektivlik» münasibətlərinin yaxşılaşdırılmasına xidmət göstərmişdir.

İstehsalçı firmaların müxtəlif struktur bölmələrinin maraqları arasında iqtisadi kompromisslərin axtarılması strateji, təşkilati və operativ səviyyədə həyata keçirilir.

Strateji səviyyə firmanın strateji planlarının tərtib edildiyi səviyyə hesab edildiyindən məhsulgöndərənlərin və bölüşdürmə sistemlərinin seçilməsi kimi fundamental xarakterli problemlər məhz bu mərhələdə həll edilir. İstehsalın təşkili və bazarla bağlı məsələlərin həlli bir ildən üç ilədək müddəti əhatə edən aşağı səviyyədə - ikinci mərhələdə həyata keçirilir. Operativ səviyyədə isə təşkilati tədbirlər (məsələn, yükün həcmi, qabariti və daşınma tezliyindən asılı olaraq nəqliyyat növünün seçilməsi, sifarişlərin həcmindən asılı olaraq tətbiq edilən güzəştlər, taranın növü) konkretləşdirilir. Bu nöqteyi-nəzərdən logistika sahəsində mütəxəssislərin

əsas vəzifəsi üç göstərici - birincisi, məhsulların daşınması, hazır məhsul istehsalı və satışı ilə əlaqədar məsrəflər, ikincisi, ehtiyatlar (istehsal və əmtəəlik) və üçüncüsü, ayrı-ayrı istehlakçılara göstərilən servis xidmətləri arasında effektiv tarazlığı təmin etməkdən ibarət idi. Çəkilən məsrəflərin logistik əməliyyatlar arasında bölüşdürülməsi logistik sistem üzrə məsrəflərin minimumlaşdırılmasına imkan verir. Yəni, istehsalçı firmalar belə bölüşdürməni aparmaqla ayrı-ayrı logistik əməliyyatların məsrəf tutumunu və onların məcmu məsrəfdə xüsusi çəkisini tez müəyyənləşdirə bilirlər. Məsələn, məhsulların anbarlaşdırılması və ehtiyatın idarə edilməsi olduqca xərc tutumludur. Lakin məhsulların anbarlaşdırılması və ehtiyatların idarə edilməsinə çəkilən xərclərin azaldılması..... məhsuldaşımalara çəkilən xərclərin artması hesabına təmin edilir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, aralarında qarşılıqlı əlaqə və fəaliyyət uçota alınmadan hər hansı bir element üzrə xərclərin azaldılmasına səy göstərilməsi əks-mənfi nəticələrə gətirib çıxara bilər. Məsələn, əgər firma və şirkətlər dəmir yolu nəqliyyatından istifadə etməklə məhsulgöndərmələri həyata keçirirsə təbii ki, hava nəqliyyatı ilə müqayisədə çəkilən nəqliyyat xərclərinin həcmi aşağı səviyyədə olacaqdır. Lakin digər tərəfdən məhsuldaşımalara sərf olunan vaxtın-məhsulların tədavül sferasında olması vaxtının uzunluğu artır, dövriyyə vəsaitlərinin dövr sürəti azalır, tədiyyələr gecikir. Bu isə nəticə etibarlı ilə istehlakçı firmalara daha yüksək nəqliyyat xidməti təklif edən rəqib firmaların məhsullarına maraq yaradır, alışı stimullaşdırır.

Və ya əmtəəlik ehtiyatların saxlanması çəkilən xərcləri minimumlaşdırmaq hər bir firma və şirkətin logistik menecmentinin ali məqsədidir. İstehsal proqramının tələb olunan vaxtda yerinə yetirilməsindən asılı olaraq bu məqsədin nəzərdə tutulan formada reallaşdırılması bir sıra problemlərin - zəruri məhsullar üzrə anbar ehtiyatının yaradılmaması kimi halların əmələ gəlməsinə səbəb olur və isteh-

lakçı sifarişlərinin tələb olunan müddətdə və keyfiyyətdə həyata keçirilməsi ilə nəticələnir.

Konkret olaraq kompromisslər nəzəriyyəsiyəndən malyeridilişi prosesinin təşkili zamanı ümumi məsrəflərin azaldılması və məcmu gəlirlərin artırılmasına pozitiv təsir göstərən qərarların seçilməsində istifadə olunur. Makrosəviyyədə - firmalararası əlaqələr zamanı isə analogi nəticələr məhz logistik prosesin bütün iştirakçılarının iqtisadi maraqlarının (sahədən kənarında əldə edilən iqtisadi səmərə hesabına çəkilən əlavə məsrəflərin kompensasiyasına nail olmaqla) uzlaşdırılması yolu ilə təmin edilir. Məsələn, kiçik partiyalı məhsulların daşınmasına keçidlə əlaqədar olaraq artan nəqliyyat xərclərinin ödənilməsi məhz müştərilərlə əvvəlcədən razılaşıdırılan əlavə tariflər (nəqliyyatdan kənar iqtisadi səmərənin əldə edilməsini hesablamaqla) hesabına həyata keçirilir.

Şərtsiz olaraq, logistikanın inkişafı üçün obyektiv imkanların yaradılmasında mühüm rolu rabitə vasitələri və informatika sahəsində texniki tərəqqi oynayır. Qeyd olunan sahələrdə texniki inqilabın nailiyyətlərinin ardıcıl və intensiv tətbiqi malyeridilişi ilə bağlı olan bütün əsas və köməkçi proseslərə yüksək səviyyədə nəzarət edilməsinə geniş imkanlar yaradır. Məsələn, avtomatlaşdırılmış nəzarət sistemlərindən istifadə etməklə yarımfabrikat və hazır məhsul istehsalı, istehsal ehtiyatlarının vəziyyəti, ayrı-ayrı məhsul nomenklaturaları üzrə məhsul göndərmələrin həcmi, sifarişlərin yerinə yetirilməsi dərəcəsi, material axınlarının nəzərdə tutulan hərəkət marşrutu boyu yüklərin konkret yerləşdiyi yer və s. bu kimi göstəricilərə ciddi nəzarət etmək mümkün olur. İlkin mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər material axınlarının hərəkətinə nəzarət olunması prosesində müasir informasiya vasitələrinin tətbiqi «kağızsız» texnologiyadan istifadə olunmasına şərait yaradır. «Kağızsız» texnologiyanın tətbiq edilməsinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki,

məsələn, material resurslarının təyinat məntəqəsinə daşınmasını həyata keçirən nəqliyyat vasitələrində yükləri müşahidə edən çoxlu sayda sənədlərlə yanaşı sinxron formada rabitə kanalları vasitəsilə göndərilən hər yük vahidini xarakterizə etmək üçün zəruri informasiyalar da ötürülür. Belə bir sistemin fəaliyyəti zamanı idarəetmə qərarlarını qəbul etmək üçün bu material resurslarının hərəkət istiqamətinin istənilən sahəsində daşınan yük haqqında lazımi informasiyanın əldə edilməsi prosesi asanlaşır. Deməli, kompyüter texnikasının yaratdığı xidmət növlərindən material axınlarının hərəkətinin optimal təşkili məsələsinin həllində istifadə etməklə firma və müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili və rəqiblərlə müqayisədə onların vəziyyətinin analitik qiymətləndirilməsi həyata keçirilir. Bu zaman yerinə yetirilən proseslərə avtomatik nəzarət etmək üçün istifadə olunan ilkin məlumatlar sisteminin öz strukturu isə logistik sistemin hər bir iştirakçısını xarakterizə edən spesifik xüsusiyyətlərdən asılıdır.

Mahiyyət etibarlı ilə logistik sistemi bu və ya digər səviyyədə təmin edə bilən informasiya sistemi yaradılır. Bu, informasiya sistemini bütün sadalanan məlumatlarla yanaşı həmçinin seçilmiş məqsəd bazarının tutumu və onun məhsullarla təmin edilməsi səviyyəsi haqqında məlumatlarla da təmin edilir.

Bütün qeyd edilənlərlə bərabər ayrı-ayrı istehlakçı qrupları tərəfindən alınan material resurslarının dəyərinin ödənilməsi ilə bağlı əməliyyatların kompyüterləşdirilməsi də böyük əhəmiyyət daşıyır. Bu tip əməliyyatların sürəti və dəqiqliyi firma və müəssisənin malik olduğu pul vəsaitlərinin hərəkətini əks etdirən balans və son nəticədə isə kapitalın dövriyyəsinə əsaslı təsir göstərir. Odur ki, hər bir təsərrüfat subyekti malik olduğu maliyyə vəsaitlərinin hərəkəti və operativ uçotunun aparılmasına hazır məhsulların və bu məhsulun hazırlanması üçün zəruri hesab edilən komponentlərin-ünsürlərin hərəkətinin optimal təşkilindən heç də az ma-

raqlı deyil. Çünki material axınlarının hərəkətinin az məsrəflərlə zəruri vaxtda və tələb olunan yerdə təşkili maliyyə vəsaitlərinin dəqiq uçotu və hərəkəti sisteminə əsaslanır. Material axınlarının hərəkəti ilə bağlı əməliyyatların müasir hesablama texnikasının köməyiylə avtomatlaşdırılmasını logistikanın inkişafını şərtləndirən amillərdən hesab etmək olar.

Beləliklə, rabitə və informasiya sahəsində elmi-texniki tərəqqi bütün növ informasiyaların əhəmiyyətini artırmaqla bərabər firma daxilində və ya onun hüdudlarından kənarında material axınlarının hərəkətinə nəzarət edən, habelə informasiya sistemlərinin yaradılması və fəaliyyətinə məsuliyyət daşıyan struktur bölmələrinin mövcud fəaliyyət formalarında da əsaslı dəyişikliklərə gətirib çıxardı. Məsələn, informasiyaların işlənməsini həyata keçirən bölmələr informasiya və ya informasiya xidməti adlandırıldı. Bu zaman idarəetmə funksiyası əsaslı dəyişikliyə məruz qalan bu struktur bölmələri idarəetmə nərdivanında ən ali mərtəbəyə tabe olmaqla bütün növ informasiya axınlarının işlənməsini icra edir və firmanın (şirkətin) nəzarətedici sistemlərinin fəaliyyətinə cavabdehlik məsuliyyəti daşıyırlar.

Eyni zamanda milli standartlara malik məhsullarda mövcud olan müxtəliflik, böyük məsafələrə məhsulların daşınması və informasiyaların ötürülməsində meydana çıxan çətinliklər, beynəlxalq ticarətin subyektivi kimi məhsul və onunla bağlı maliyyə hesablaşmalarının yerinə yetirilməsi üçün istifadə olunan sənəd növlərinin müxtəlifliyi və sürətlə artan həcmi, idxal kvotasının mövcudluğu, ixracatda məhdudiyətlər, məhsulların qablaşdırılması və yüklərin etiketkəsinə qoyulan ciddi tələblər, yüklərin daşınmasında istifadə olunan nəqliyyat vasitələrinin müxtəlif parametrlərə malik olması material axınlarının beynəlxalq səviyyədə hərəkətinin təşkilinə maneəçilik törədən faktorlar olduqlarından onların sadələşdirilməsi, minimumlaşdırılması və ya aradan qaldırılması məqsədilə tədbirlər həyata keçirildi.

Təbii ki, bu tədbirlər gömrük maneələrinin aradan qaldırılmasını, gömrük baxış keçid məntəqələrində nəzarət və texnoloji prosedurlar, praktikada yeni yükdaşıma texnologiyalarından (məsələn, intermodaldan) istifadə olunmasını da özündə ehtiva edirdi. Nəticədə yüklərin yolda olması, tədavi kanallarından ötürülmə müddəti əhəmiyyətli dərəcədə qısaldıldı, onların son təyinat məntəqəsinə çatdırılması etibarlılığı artdı, sərhədyanı terminallarda material qiymətliləri üzrə ehtiyatların həcmi kəskin sürətdə azaldı.

Belə bir vaxtda beynəlxalq bölüşdürmə mərkəzləri yaradıldı, anbarların və yük terminallarının yerləşdirilməsi sxemi dəyişdirildi, Qərbi Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatında inteqrasiya proseslərinin aparıldığı və vahid Avropa bazarının yaradıldığı bir şəraitdə yükləmə - anbar məntəqələrinin konsentrasiyası həyata keçirilməyə başladı. Logistik yük vahidlərinin qablaşdırılmasında tətbiq edilən tara və daşınma zamanı istifadə olunan nəqliyyat vasitələrinin texniki parametrləri vahid formaya (unifikasiya) salındı. Bu iş öz növbəsində yüklərin hərəkətinə nəzarət edilməsində avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinin tətbiq imkanlarını genişləndirdi. Bundan başqa, ayrı-ayrı ölkələrin təsdiq etdikləri bir sıra norma və standartlar ümumi Avropa bazarı səviyyəsində tətbiq edilməklə Avropa birliyinə üzv olan ölkələrin innovasiya proseslərinə stimül verdi və onların ÜMM – si 2,1 % və ya 120 milyard marka artırdı.

1.4. FİRMALARIN RƏQABƏT SİYASƏTİNDƏ LOGİSTİK MƏRHƏLƏ

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində təsərrüfat sisteminin əsas həlqələrindən biri - məqsədi yüksək mənfəət əldə etməkdən ibarət olan firma və müəssisələrdən ibarətdir. Firmaların bütün təşkilati - təsərrüfat fəaliyyəti qeyd olunan məqsəd baxımından qurulur və belə bir məqsəddə nail olunması işə

nəticə etibarı ilə onların rəqabət mübarizəsində əldə etdikləri müvəffəqiyyətləri müəyyənləşdirir. Məhz qeyd olunan bu əlamət bazar iqtisadiyyatının başlıca struktur həlqələrindən biri olan işgüzar firmaları məqsədi dövlət idarəetmə orqanlarının müəyyənləşdirdiyi plan tapşırıqlarını tam və dəqiq yerinə yetirməkdən ibarət olan dövlət müəssisələrindən (mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyatın mühüm bölmələrindən) fərqləndirir.

Ümumiyyətlə, plan və bazar ayrı-ayrı anlayışlardır, onları qarşı - qarşıya qoymadan ümumqəbul edilmiş terminologiyanı gözləmək daha məqsədəuyğundur. Bazar iqtisadiyyatı – iqtisadi sistem olub məqsədi yalnız dövlətin minimum müdaxiləsi ilə azad, sərbəst bazar fəaliyyəti prosesində reallaşır. Planlı iqtisadiyyat isə - iqtisadi sistem kimi resursların bölgüsü haqqında qərarların mərkəzi idarəetmə orqanları tərəfindən qəbul edilməsinə əsaslanır.

Rəqabət anlayışı bazar iqtisadi nəzəriyyəsinin əsas kateqoriyalarından bir hesab edilir. Rəqabət – bazarın mövcudluğunun başlıca şərtidir və rəqabət bazarı isə inhisarçı strukturların fəaliyyətinin məhdudlaşdırılmasına xidmət göstərməklə ayrı-ayrı iqtisadi subyektlər arasında bazar paylarının artırılması uğrunda aparılan mübarizə ilə xarakterizə olunur.

Rəqabət adı altında bazarda çoxlu sayda müstəqil alıcı və satıcının mövcudluğu və alıcı və satıcı üçün bazara çıxış və ya onu istənilən məqamda tərk etmək azadlığının verilməsi imkanları başa düşülür. Rəqabət müxtəlif formalarda təzahür edə bilər.

Təmiz rəqabət çoxsaylı alıcı və satıcının eynicinsli məhsulun alqı-satqısı prosesində iştirak etdiyi zaman yaranır. Alıcı və satıcının belə çox olması onların heç birinə imkan vermir ki, əlahiddə fəaliyyət göstərməklə tələb və təklif asıllığı əsasında müəyyənləşən bazar qiymətlərinə təsir göstərmək imkanı əldə etsinlər.

Təkmilləşmiş rəqabət bazarda iqtisadi resursların

mütləq mənada mobil olması və bu bazara resursların daxil olması və ya çıxarılması zamanı məhdudiyətlərin olmaması, habelə bütün alıcı və satıcı kateqoriyası üçün bazar haqqında tam informasiyaların əldə edilməsində hüquq bərabərliyinin təmin edilməsi baxımından təmiz rəqabətdən fərqlənir.

Real (effektiv) rəqabət təmiz və təkmilləşmiş rəqabət bazarı hesab edilməyən bazarlarda satıcı və alıcıların müstəqil fəaliyyəti zamanı yaranır.

Ayrı-ayrı rəqabət formalarının mövcud olduğu bazar iqtisadiyyatı şəraitində logistikanın maraq dairəsi və fəaliyyət istiqaməti ondan ibarətdir ki, mövcud iqtisadi resurslar və xidmətlər həm istehsal və mübadilə sferasında, həm də istehlak sferasında ehtiva bölüşdürülməlidir ki, bölüşdürməyə cəlb edilən tərəflərin heç birinə iqtisadi cəhətdən ziyan dəyməsin, resursların bölgüsü zamanı onların iqtisadi mənafeleləri nəzərə alınsın və təmin edilsin, nəticə etibarı ilə isə istehlakçı tələbi tam və dolğun ödənilmiş olsun.

Bütün digər sferalarla bərabər logistika üçün ən maraqlı məqam resursların istehsal sferasında səmərəli bölüşdürülməsindən ibarətdir. Çünki təkmilləşmiş rəqabətin mövcud olduğu iqtisadi şəraitdə hər bir istehsalçının ixtiyarı məhsulun istehsalına çəkdiyi istehsal xərcləri yol verilən hədd daxilində bərabərdir və belə bir şəraitdə tarazlığın qorunub saxlanması istehsal üçün səmərəli hesab edilir. Buna görə də istehsal sferasında istənilən məcmu həcmə malik hazır məhsulların (resursların) bu məhsulların (resursların) istehsalına çəkilən məcmu istehsal xərclərinin azaldılması baxımından yenidən bölüşdürülməsi daha səciyyəvi xarakter kəsb edir.

İstehsal olunan məcmu məhsul kütləsi satılmaq üçün bölüşdürmə kanalları vasitəsilə mübadilə sferasına daxil olur. Təbii ki, göstərilən xidmətlər və istehsal olunan məhsulların məcmu həcmi konkret zaman kəsiyi üçün dəyişmək mümkün olmadıqda resursların mübadilə sferasında

bölüşdürülməsinin iqtisadi effektivliyi məhz müəyyən mənada bir istehlakçının iqtisadi vəziyyətini yaxşılaşdıraraq ixtiyari digər istehlakçıların iqtisadi vəziyyətinin pisləşməsinə yol verməməkdə təzahür edir. Daha doğrusu, resursların heç bir idarəetmə orqanının müdaxiləsi olmadan bu prinsip üzrə bölüşdürülməsi iqtisadi cəhətdən effektiv hesab olunur.

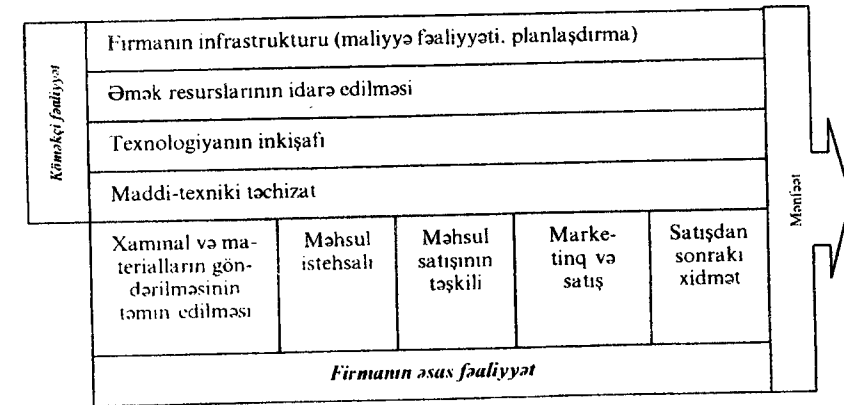
İqtisadi resursların istehlak sferasında bölüşdürülməsi də məhz mübadilə sferasında aparılan bölüşdürmə prinsipi ilə eyniyyət təşkil edir. Burada logistik yanaşma konsepsiyalarından əsasən digər istehlakçı qruplarının iqtisadi mənafeyinə ziyan gətirmədən və bunlardan hər hansı birinin iqtisadi vəziyyətini müəyyən mənada yaxşılaşdırmaqla istehlak ediləcək məcmu resursları onların arasında yenidən bölmək mümkün olmadığı hallarda istifadə olunur.

M. Porter tərəfindən işlənilib hazırlanan rəqabət üstünlükləri nəzəriyyəsində rəqabət məsələləri olduqca dərin və hərtərəfli nəzərdən keçirilmişdir. Rəqabət qabiliyyətini yaranan səbəblərin izah edilməsinə müxtəlif baxışları təhlil edən və işçi qüvvəsi, təbii resurslar, milli firmalara münasibətdə dövlətin proteksionist siyasəti kimi müqayisəli üstünlükləri təmin edən amilləri və firmaların idarə edilməsinə yanaşmalarda müxtəliflikləri nəzərdən keçirən M. Porter belə qənaətə gəlmişdir ki, bu sadalanan amillərdən hər hansı biri ayrılıqla firmanın rəqabət mübarizəsində qalib gəlməsi və ya uğursuzluğa düşər olmasını izah etməyə qadir deyil. M. Porterin fikrincə firmaların rəqabət qabiliyyəti həm firmanın malik olduğu, həm də onun gələcək sahibkarlıq fəaliyyəti üçün əldə etdiyi resurslardan tam və səmərəli, yəni məhsuldar istifadə olunması hesabına təmin edilir.

Rəqabət üstünlükləri firmanın ayrı - ayrı fəaliyyət növlərinin necə təşkil etməsi və yerinə yetirməsindən asılı olaraq bazar üçün nəzərdə tutulan məhsulları yaratmaq və xidmətləri göstərməklə reallaşır. Fəaliyyət növləri kateqoriyalara bölünür və yekunda onların hər biri məhsul istehsalı prosesinə bu və ya digər dərəcədə öz töhvəsini verməklə

qiymətli hesab olunan qapalı bir dövrəni yaradır, təşkil edirlər.

Praktiki olaraq bütün kateqoriyaların (bəzi hallarda əmək resurslarının idarə edilməsi istisna olmaqla) iqtisadi inkişafın müasir mərhələsində lazımı səviyyədə müvəffəq icra olunması, reallaşması üçün funksional idarəetməni bilavasitə həyata keçirən logistikanın tətbiq edilməsi obyektiv tələbatdan irəli gəlir. Bu zaman şəkil 1.3 - də göstərilən fəaliyyət növləri arasında son nəticələrin əldə edilməsinə istiqamətlənmiş əlaqələrin təşkili böyük əhəmiyyət kəsb edir. Deməli, ayrı-ayrı sahələrdə rəqabət aparən bu və ya digər firmalar məhsul istehsalı mərhələsindən başlamış satışdan sonrakı xidmətin təşkilinə qədər qapalı bir dövrəni yaratmaqla daha böyük, iri fəaliyyət sahəsinə daxil olurlar ki,



Şəkil 1.3. Firmanın fəaliyyət sistemi

M. Porter bunu da dəyərlər sistemi adlandırmışdır. Qeyd etmək lazımdır ki, bu kateqoriyanın (iri fəaliyyət sahəsinin) logistik cəhətləri ola bilsin ki, makrosəviyyədə həm xammal, dəstləşdirici məmulat və avadanlıqların göndərilməsini həyata keçirən məhsulgöndərənlərin, həm də mikrosəviyyədə firmanın özünün dəyərlər – qapalı sistemə aid edilməsin. Ayrıdır ki, firmanın əmtəlik məhsulları lokal qapalı sis-

Firmaların xarici siyasətinin əsas mərhələləri

Dövlər	Konsep-siya	Başca meyarlar	Əsas funksi-yalar	Məqsədyönlü elmlər	Əsas re-surslar
XX əsrin əvvəlləri 1920-ci illərin sonları 1930-cu illər	İstehsal	İstehsal və xərclərin həcmi	İstehsal	İstehsalın təşkili	Texniki
	Satış	Satışın həcmi	Reklam və satış	Satışın təşkili və idarəetməsi	Təşkilati
1940-1950-ci illər	Məhsul	Məhsulun keyfiyyət	Nəzarət idarəedici	Müəssisələrin iqtisadiyyatı	Texnoloji
1960-cı illər	Bazar	İstehlak	Marketing və satışdan sonrakı xidmət	Marketing	Informasiya
1970-ci illərin ortasından hal-hazır qədər	Resurs	Firmanın resurs potensialı	İstehsal – kommersiya	Logistika	İdarəetmə

temdən - satış kanallarından keçərək son nəticədə istehlakçıların dəyərlər sistemində məcmu elementlərdən birinə çevrilir və istehlakçılar bu məhsullardan özlərinin təsərrüfat fəaliyyətində istifadə edirlər.

Bütün bunları nəzərə almaqla firmanın rəqabət üstünlüyü əhəmiyyətli dərəcədə qeyd olunan bu sistemləri öz məqsədi baxımından təşkil və sadələşdirə bilən logistik strukturların nə dərəcədə effektiv təşkil etməsilə müəyyən edilir. Təkmil və çevik formaya malik olan belə logistik strukturlar təkə firma daxili fəaliyyət növlərini əlaqələndirmək, bu fəaliyyət növləri arasında ahəngdarlığa nail olmaqla yanaşı firmanın makromühitində fəaliyyət göstərən digər firmalar arasında da mənafə birliyini - təsərrüfat əlaqələrini təmin edir. Qarşılıqlı asılılıqda fəaliyyət göstərən firma böyük üstünlüklər əldə etməklə mütəmadi olaraq bu əlaqələrin optimallaşdırılmasına səy göstərir. Belə ki, «dəqiq vaxtında» prinsipi və ya «kanban» sistemilə məhsulgöndərmələri həyata keçirən firmalar material ehtiyatlarının səviyyəsini azaltmaqla özlərinin transsaksiyon və operativ xərclərinin həcmi də əhəmiyyətli şəkildə azaltmış olurlar.

Bazar münasibətlərinin formalaşması tempi və sürəti rəqabət mübarizəsi və onun xarakterini də mütəmadi olaraq dəyişdirir. Bunun nəticəsi olaraq firmaların həm daxili, həm də xarici siyasətində dəyişikliklər əmələ gəldi. Firmaların xarici siyasətində dəyişikliklərin dönüş mərhələsi əsasən ötən əsrin 30-cu illərindən sonrakı dövrə təsadüf edir. Belə ki, istehsal gücləri inkişaf etdikcə mütəmadi olaraq firma ilə qarşılıqlı əlaqədə olan üç mühüm: **sosial** (ictimai təşkilatlar və ictimai fikir), dövlətin başlıca element kimi çıxış etdiyi **siyasi** və firmaların məhsulgöndərən və istehlakçılarla müxtəlif kompleks münasibətdə olduğu xidmət, əmək, eləcə də məhsullar bazarında rəqabət apardığı **iqtisadi sferada** da köklü keyfiyyət dəyişiklikləri əmələ gəldi (cədvəl 1.2).

Firmaların xarici siyasətindəki əmələ gələn bu dəyişikliklər əsasən iqtisadi böhranlarla əlaqədar idi. XX əsrin 30-cu illərinə qədər dünya bazarı demək olar ki, istər xalq istehlakı malları, istərsə də istehsal-texniki təyinatlı məhsullarla tam təmin edilmədiyindən istənilən keyfiyyətli məhsulun satışında heç bir problemlər yaranmırdı və buna görə də istehsal xərclərinin azaldılması istiqamətində maneə imkanları qazanan firmalar özlərinin rəqabət qabiliyyətini istənilən səviyyəyə qədər qaldıra bilirdilər. Bu mərhələdə bu və ya digər məhsulu satış bazarlarında asanlıqla əldə edən istehlakçılar bilavasitə qiymət faktorundan çıxış edirdi. Yəni, hansı məhsul onlara sərf edən - ucuz qiymətədirsə məhz o məhsulların alınmasına daha çox səy göstərirdilər. Məhsulların reallaşdırılmasında heç bir maneə ilə üzləşməyən istehsalçılar isə özlərinin təkrar istehsalını əlverişli formada genişləndirməklə bölüşdürmə və satış şəbəkələrinin artırılmasına diqqət yönəldirdilər. Bu zaman istehsal olunan

məhsul vahidinə çəkilən xərclərin azaldılması istehsalçı firmalar üçün başlıca şərt hesab olunurdu və məhsul istehsalında istehlakçı tələbi bir o qədər də ciddi nəzərə alınmırdı. Əksər hallarda müxtəlif modifikasiyalı məhsul istehsalı demək olar ki, minimum həddə idi. Bu dövrdə yaranan, xüsusilə də ABŞ-da özünü kəskin təzahür etdirən və «Böyük depressiya» adlanan böhranları kütləvi, hər yerdə həddən artıq izafi istehsalın nəticəsi hesab etmək olar.

Qeyd etmək lazımdır ki, istehsalın kütləvi xarakter daşması və istehsal xərclərinin yüksək olması ilə səciyyələnən birinci mərhələni satış tədbirlərinin intensivləşdirilməsi ilə xarakterizə olunan növbəti mərhələ – satış mərhələsi əvəz etdi. Bu mərhələ üçün xarakterik cəhət məhz satış metodlarının təkmilləşdirilməsi, reklam tədbirlərinin intensivləşdirilməsi və digər üsulların köməyi ilə istehlakçılara təsir edilməsinə diqqətin yönəldilməsindən ibarət idi. Kütləvi istehsal şəraitində bazar ayrı-ayrı məhsul növləri ilə qismən də olsa təmin edildiyindən istehlakçılar bu məhsulların əldə edilməsində bir növ ətalətlik – passivlik nümayiş etdirirdilər. Buna görə də istehsalçılarda belə bir fikir formalaşmağa başladı ki, onlar əsas diqqətlərini məhsul istehsalından daha çox bu məhsulların satışı prosesinin təşkilinə yönəltməlidirlər. Nəticə etibarlı ilə satışın həvəsləndirilməsi aqressiv xarakter aldı. Belə bir halda məhsul istehsalının təşkilinə bilavasitə təsir edən biləcək faktorların - istehlakçıların davranış tərzini, istehlakçı sifarişləri və onların xarakterinin nəzərə alınması üçün şərait tədricən formalaşmağa başladı. Daha doğrusu, sonralar marketing adlanan yeni bir sistemin yaranması üçün müqəddəm şərtlər əmələ gəlməyə başladı. Lakin bütün bu proseslər ikinci dünya mübaribəsinin başlaması ilə bir növ dayandırıldı.

Müharibədən sonrakı (1940- cı illin ortalarından 50-ci illərin sonuna qədər) - təsərrüfat quruculuğunun həyata keçirildiyi illərdə də bir müddət istehsal və satış konsepsiyası üstün gəldi. Belə bir şəraitdə istehlakçılar yüksək keyfiyyətli

məhsullara üstünlük verdiklərindən bu məhsulların əldə edilməsi üçün nə qədər lazımdırsa o qədər pul ödəməyə hazır idilər. Buna görə də firmaların rəqabət qabiliyyətini təmin etmək məqsədilə istehsalçılar istehsal menecmentinin müstəqil funksiyası hesab edilən keyfiyyətin idarə edilməsi məsələsini diqqət mərkəzində saxlamaqla məhsulların təkmilləşdirilməsi ilə mütəmadi məşğul olmaları tələb olunurdu. Lakin ətraf mühiti nəzərə almadan bu konsepsiyanın getdikcə inkişaf etdirilməsi sözün həqiqi mənasında yeni «böyük depressiyanın» (adi məhsulların deyil, yüksək keyfiyyətli məhsulların yığılıb qalması) yaranmasına gətirib çıxara bilərdi.

İstər məhsul, istərsə də satış konsepsiyalarında kommersiya amillərini intensivləşdirməklə satış konkret istehlakçının xüsusiyyətlərini və maraqlarını kifayət qədər nəzərə almırdı.

İstehlakçı sifarişlərinin əvvəlcədən nəzərə alınması öz əksini növbəti bazar konsepsiyasında tapdı. İstehlakçı marağına əsaslanan bu yeni bazar konsepsiyası XX əsrin 60-cı illərinin əvvəllərindən geniş yayılmağa başladı. Təklifin tələbi üstələdiyi belə bir şəraitdə istehlakçı alış haqqında qərarların qəbul edilməsində, habelə öz məhsullarının faydalı olmasını sübut etməyə cəhd göstərən və istehlakçıların tələbatını ödəyən potensial istehsalçıların seçilməsi, onlara üstünlük verilməsi məsələsinin həllində tez-tez çətinlik çəkirdi. Bütün təsərrüfat fəaliyyətini istehlakçı tələbinin ödənilməsi istiqamətində quran istehsalçı firmalar üçün məqsəd bazarına yönəlmiş daha səciyyəvi idi. Daha doğrusu, mahiyyəti **«nə istehsal edilirsə onu satmaq deyil, nə satılırsa o, istehsal edilməlidir»** kimi ifadə olunan yeni - bazar konsepsiyası kompleks marketing tədqiqatlarına əsaslanırdı.

Bazarın idarə edilməsi konsepsiyası, müasir sahibkarlığın fəlsəfəsi və metodologiyası hesab edilən marketingin məqsədi:

- bazarı təhlil etmək, bu və ya digər məhsul və xid-

mətlərə istehlakçıların mövcud tələbatını və onun dinamikasını öyrənmək;

- firmaların təsərrüfat fəaliyyətinin iqtisadi nəticələrini yaxşılaşdırmaq üçün bazarın tələbinə maksimum uyğunlaşmaq;
- bazara yeni və xüsusilə yüksək texniki parametrlərə malik məhsullar çıxarılmasını təmin etmək;
- ən yüksək keyfiyyətə və etibarlılığa malik bazar formalaşdırmaq;
- firma üçün zəruri istiqamətin seçilməsi üçün bütün mümkün olan vasitələrlə bazara təsir göstərmək;
- hazır məhsulları son istehlakçılara çatdırmaq üçün onları istehsal infrastrukturuna ilə təmin etmək;
- məhsulun və göstərilən xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və onların təkmilləşdirilməsi ilə əlaqədar zəruri tədbirlər görmək və s.- dən ibarətdir.

Marketingin sadəlik bu konsepsiyalarına uyğun olaraq satış istehlakçıların tələbi və onların davranış tərzinin öyrənilməsi vasitəsidir. Daha doğrusu, istehlakçı tələbi lazımı səviyyədə ödənilməsə firma satış prosesini bu və ya digər tərəfə dəyişmək - istiqamətləndirmək əvəzinə əsasən ümumi satış strategiyasını yenidən nəzərdən keçirməlidir. Marketing uzunmüddətli perspektivə istiqamətləndiyi üçün o, istehlakçıların zövqlərindəki real fərqləri axtarır və onların ödənilməsi üçün təkliflər işləyib hazırlayır. Başqa sözlə, marketingin məqsədi firmanın ümumi vəzifələrində əks olunur.

Deməli, bazar konsepsiyası firmanın bütün fəaliyyətini istehlakçı tələbi əsasında qurmaqla bərabər özündən əvvəlki mərhələlərdə toplanan təcrübəni də (geniş reklam və satış fəaliyyətinin zəruri elementlərinin, habelə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi və istehsal xərclərinin aşağı salınması üzrə mütəmadi aparılan işləri) nəzərə alırdı. Lakin ötən əsrin 70-ci illərində firmanın yüksək rəqabət qabiliyyətini təmin edə biləcək yeni konsepsiyanın əmələ gəlməsi üçün bir sıra

müqəddəm şərtlər meydana gəldi.

Birincisi, həm mücərrəd formada bazara istiqamətlənmiş marketing tədqiqatları və onların aparılması vasitələri, həm də konkret istehlakçıların tələblərinin kifayət qədər nəzərə alınmaması rəqabət mübarizəsində firmalara artıq üstünlük gətirmirdi. Buna görə də marketingin məhsul yönümlülüyünə obyektiv olaraq konkret istehlakçıya istiqamətlənmə (bu özünü xüsusilə istehsal vasitələrinin topdansaışı bazarında daha çox təzahür etdirdi) prinsipini də əlavə etmək lazım gəlirdi. Təbii ki, bu da sahibkarlıq sferasında yeni elmi sahənin – müasir iqtisadi şəraitdə logistika adlanan elmin predmetini təşkil edir.

İkincisi, 1970-ci illərin əvvəllərində enerji resursları sahəsində baş verən böhranlar firmaların mövcudluğu və fəaliyyət göstərmələri üçün resurs faktorunun böyük əhəmiyyət daşıması, eləcə də həm istehsal, həm də mübadilə sferasında resurs qənaət üzrə keyfiyyətə yeni texnoloji sistemlərin tətbiqi ilə əlaqədar idi. Resurs aspekti (material, maliyyə, əmək, informasiya məsrəfləri) geniş mənada firmaların bazarda rəqabət qabiliyyətinin möhkəmləndirilməsinin başlıca şərtinə çevrildi.

Üçüncüsü, elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin istehsalda kütləvi tətbiqi ümumi xərclər içərisində məhsul istehsalına çəkilən xərclərin xüsusi çəkisinin əhəmiyyətli şəkildə azalmasına gətirib çıxardı. Eyni zamanda ixtisaslaşmanın dərinləşməsi, kooperasiyanın genişlənməsi isə tədavi xərclərinin həm nisbi, həm də mütləq artımına səbəb oldu.

Beləliklə, hal-hazırkı mərhələdə istehlakçıların davranış tərzində istehlakın mövcud səviyyəsini əlavə resurs sərfinə yol vermədən qoruyub saxlamaq baxımından dəyişikliklər əmələ gəldi. İstehsalçı firmalar artıq konkret istehlakçıya istiqamətləndiklərindən onların tələbini həm istehsal, həm də mübadilə sferasında az xərclərlə ödəməyə səy göstərirdilər.

Qeyd olunan məsələlərin əlverişli həll edilməsi üçün

firmanın xarici mühitinin olduqca dinamik və dəyişkən olmasını mütləq nəzərə almaq lazım gəlir. Bu isə öz növbəsində çoxlu sayda xarici amillərə operativ reaksiya verilməsi baxımından firmalardan yüksək çeviklik tələb edir. Belə ki, istehsal və satış proseslərini elmi prinsiplər əsasında təşkil edən firmalar təkcə özlərinin təsərrüfat fəaliyyətlərinin iqtisadi nəticələrini yaxılaşdırmaqla bərabər, bu fəaliyyətin ətraf mühitə vura biləcəyi ekoloji təsirləri, işgüzar münasibətlərdə olduqları digər firmalarla təsərrüfat əlaqələrinin xarakterini, dövlətin sahibkarlığın inkişafı üçün ölkədə yaratdığı normativ hüquqi bazanı, firmanın sosial məsuliyyəti kimi bir sıra digər amilləri də diqqət mərkəzində saxlamalıdır.

Eyni zamanda istehlakçıların davranış tərzində dəyişikliklər əmələ gəldiyi kimi bazardan daha çox bu bazarın subyektivi hesab edilən istehlakçılara istiqamətlənməklə məhdudlaşan markentinin özündə dəyişikliklərə məruz qaldı: istehlakçıların əhəmiyyətli, vacib rolunu saxlamaq şərti ilə firmanın normal fəaliyyəti üçün bütün xarici amilləri uçota alan sosial - etik inkişaf mərhələsinə daxil oldu.

Beləliklə, digər elm və sahibkarlıq fəaliyyəti sahələrilə bərabər bazar iqtisadiyyatının müasir inkişaf səviyyəsində logistika elminin inkişafı qeyd edildiyi kimi məhz obyektiv tələbin nəticəsi kimi meydana çıxdı.

Qərb iqtisadçıları belə bir fikirdədirlər ki, firmanın idarə edilməsi sistemində logistikanın tətbiqi üç mərhələdən keçir:

1. Firma nəqliyyatı, firmadaxili və firmalararası yükdaşımaqlar, hazır məhsulların idarə edilməsi, logistikanın planlaşdırılması və nəzarəti kimi işləri mərkəzləşdirilmiş formada həyata keçirir.

2. Firma istehlakçılara xidmət göstərilməsini, sifarişlərin işlənməsini, əks istiqamətdə nəqliyyat işlərini mərkəzləşdirməyə başlayır.

3. Firma yuxarıda sadalananlara əlavə olaraq satışın

proqnozlaşdırılması, istehsalın planlaşdırılması və beynəlxalq logistik idarəetməni də həyata keçirir.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, xarici ədəbiyyatlarda firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi üçün logistikanın istifadə olunmasının xarakterik cəhətlərinə xüsusi diqqət yetirilir. Logistikanın tətbiqilə rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi təbii ki, dərhal baş vermir və eyni zamanda da birdəfəlik proses hesab olunmur. Bu vaxt baxımından uzun bir müddəti əhatə edir və minimum iki fazadan keçir:

Birinci mərhələdə logistikanı tətbiq edən firmalar yeni xidmətlər təklif etmək və bazara çıxaracaqları (və ya çıxardıqları) məhsulun keyfiyyətini yüksəltməklə yeni bazar segmentləri əldə edirlər. Rəqib firmalarda bu faktordan istifadə etdiklərindən qeyd olunmuş amil müəyyən müddətdən sonra öz çəkisini itirir. Belə bir hal hər tip bazar üçün xarakterikdir və geniş yayılındır. Buna görə də logistikanın tətbiqilə rəqabət mübarizəsində məhz istehsal xərclərinin və məhsulun maya dəyərinin azaldılması ilə müşahidə edilən ikinci mərhələ başlayır.

İstehsal xərclərinin azaldılması və məhsulun keyfiyyətinin, habelə xidmətlərin səviyyəsinin yüksəldilməsi eyni zamanda baş verə bilər. Lakin logistik idarəetmənin prinsip və konsepsiyalarının fasiləsiz tətbiqi zamanı rəqabət mübarizəsində logistikanın təklif etdiyi üstünlüklərdən əvvəlcə birincisi, sonra isə ikincisi ön plana keçir. Beləliklə bu tsikl mövcud tələbdən asılı olaraq təkrarlana bilər.

Logistik konsepsiyalara istehsal (tədarük) xərclərinin azaldılması istiqaməti kimi baxan və logistik idarəetməyə effektiv əsaslandırma kimi yanaşan firmaların idarəetmə aparatı bu konsepsiyaların geniş tətbiq edilməsinə daha çox üstünlük verir. Çünki, rəqabət mübarizəsində əsas vasitə kimi istifadə olunan logistik konsepsiya, belə demək mümkündürsə firmanın əsas iqtisadi strategiyasını (məaliyyə, material və əmək resurslarının planlaşdırılması, yerləşdirilməsi və onlara nəzarətin həyata keçirilməsi) təşkil etməklə

İqtisadi göstəricilərin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılması – məhsulların reallaşdırılması və ya xidmətlərin göstərilməsindən əldə edilən mənfəət həcminin artırılmasına gətirib çıxarır. Belə yanaşma eyni zamanda logistika ilə istehsal strategiyası arasında üzvü əlaqənin təmin edilməsinə də şərait yaradır. Praktiki olaraq bu əlaqələndirmənin həyata keçirilməsi nəticə baxımından:

- lazım olan yerdə tələb olunan vaxtda zəruri ehtiyatlar yaradılır;
- iqtisadi tələblərə uyğun olaraq firma daxilində və ya onun həddlərindən kənarında material resurslarının vaxtı - vaxtında daşınmasına zəmanət verən nəqliyyatın hərəkəti razılaşdırılır;
- istehsal ehtiyatlarının həcmi azaldılması, habelə xammal və material sərfini minimumlaşdırmağa imkan verən anbar təsərrüfatı, qablaşdırma və nəqliyyat arasında işlərin əhəngdarlığı təmin edilir;
- ehtiyatlar və nəqliyyat arasında sinxronluğa nail olunur.

Deməli, logistika həm firmanın bazar payının artırılması, həm də xərclərin azaldılması nöqtəyi - nəzərindən ikili funksiyaları yerinə yetirir.

Firma səviyyəsində idarəetmənin logistik prinsiplər əsasında aparılmasının nəticəsi olaraq rəqabət qabiliyyəti və onun yüksəldilməsinin qiymətləndirilməsi xərclərin kalkulyasiyasını tələb edir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, əksər göstəricilərin kəmiyyət hesablanması mürəkkəb olduğundan belə kalkulyasiyanın birbaşa yerinə yetirilməsi çətinlik yaradır.

Logistikanın xərclərə təsiri məhsulların satışı ilə bağlıdır. Logistik kondeksdən buraya əsasən sifarişlərin yerinə yetirilməsi (sifarişlərin emalı, yüklərin daşınması və anbarlaşdırılması, ehtiyatların idarə edilməsi, qablaşdırma, ehtiyat hissələri ilə təminat, satışdan sonrakı servis xidməti və s.) ilə əlaqədar olan xərc maddələri aid edilir. Firmanın bazar

payının artırılmasına logistikanın təsiri isə şərtsiz olaraq yeni istehlakçıların cəlb edilməsi və firmanın bazar vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına imkan verən amillərdən - istehlakçı sifarişlərini tez və keyfiyyətli ödəmək, istehlakçı sifarişləri və təkliflərini xidmətin rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinin tələblərinə cavab verən səviyyədə vaxtı-vaxtında nəzərə almaq, habelə məhsulların effektiv təklif metodlarından asılı olaraq qiymətləndirilir.

Logistikanın xərclərə təsirini firma səviyyəsində əldə edilən iqtisadi səmərənin kəmiyyəti kondeksindən müəyyənləşdirmək daha məqsədəuyğundur. Logistikanın tətbiq edilməsi nəticəsində əldə edilən iqtisadi səmərənin kəmiyyəti iqtisadi kompromisslər kateqoriyası çərçivəsində təyin edilir. Kompromiss firma daxilində ayrı-ayrı funksional bölmələrin maraqlarının nəzərə alınmasına və uzlaşdırılmasına əsaslanır. Daha doğrusu, belə kompromisslərə firmanın ümumi mənfəətinin yüksəldilməsi vasitəsi kimi baxılır. Aydındır ki, mənfəət gəlirlərin xərclər üzərində artımını ifadə edir. Ayrı-ayrı funksional bölmələrin tələbləri arasında kompromisslər xərclərin səviyyəsinin hər bir bölmə üçün nəzərdə tutulan minimum səviyyə ilə müqayisədə artımına gətirib çıxarır. Buna görə də istehlakçı tələbinin yüksək səviyyədə ödənilməsi nəticəsində firmanın ümumi gəlirləri arta bilər.

Son zamanlar bütün logistik sistem (və ya onun ayrı-ayrı iştirakçıları) tərəfindən material, maliyyə və informasiya axınlarının idarə edilməsi ilə bağlı işlərin yerinə yetirilməsində qruplaşdırma və mərkəzləşdirmə ənənələri getdikcə intensiv xarakter alır. Bu mahiyyətə o deməkdir ki, firmanın təşkilati strukturunda funksiya daxili kooperasiya mexanizmi yaradılır və bu da öz növbəsində əmələ gələ biləcək çoxlu sayda iqtisadi mübahisələri aradan qaldırır. Qruplaşdırmanın forması və mərkəzləşdirmənin dərəcəsi məhsul çeşidindən və bazar mühitindən birbaşa asılıdır. Belə ki, bazar yönümünə malik olan və geniş nomenklaturalı məhsulları

eyni bir kanal vasitəsilə reallaşdıran firmalar bazara xidmət göstərilməsi üçün bütün fəaliyyət növlərini qruplaşdırmağa və onları mərkəzləşdirməyə səy göstərir.

Ayrı-ayrı bazarlarda öz məhsullarının satışını həyata keçirən digər firmalar isə bölüşdürmə sisteminin idarə edilməsində mərkəzləşdirməyə o qədər də maraq göstərmirlər. Onlar da əksinə, bölüşdürmənin operativliyini və bölgü kəməllərinə nəzarət işini təmin etmək üçün logistik sistemin elementlərinin ümumi idarəetmə strukturuna birləşdirilməsi ənənəsi meydana gəlir.

Müasir kommertiya firmalarında rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə məhsulqöndərənələr və istehlakçılarla hər tərəfli işgüzar münasibətlərin qurulması faktoru böyük təsir göstərir. Bu hər şeydən əvvəl ondan irəli gəlir ki, çox zaman məhsulqöndərənlərlə məhsul istehlakçılarının iqtisadi mənafeleləri kommertiya firmalarının iqtisadi mənafeleləri ilə üst-üstə düşmür. Belə ki, məhsulqöndərənləri təmin edən əsas iqtisadi faktor ondan ibarətdir ki, yeni alıcı bazarının və potensial alıcıların axtarılmasına vaxt və maliyyə vəsaiti sərf etmədən mövcud təsərrüfat əlaqələri çərçivəsində məhsulqöndərənləri davam etdirsinlər, göndərdikləri məhsullara görə tədiyyələri vaxtında ala bilsinlər. İstehlakçılarını maraqlandıran məqam isə istehsal istehlakı zamanı fasilələrə yol verməmək üçün bağlanan kontraktlar üzrə keyfiyyətli məhsullarla vaxtı – vaxtında təmin olunmaqdan ibarətdir. Təbii ki, logistik sistemin iştirakçıları arasında iqtisadi mənafe birliyinin təmin edilməsi, istehsal və tədavül xərclərinin azaldılması logistik idarəetmənin başlıca konsepsiyasıdır.

Deməli, firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə tələb olunan məhsulun lazımı yerə razılaşıdırılmış vaxtda və kəmiyyətdə çatdırılması etibarlılığı kimi mühüm amil də təsir göstərir. İntestisiya məhsulları bazarında xüsusi əhəmiyyət kəsb edən sifarişlərin vaxtı-vaxtında və keyfiyyətli yerinə yetirilməsi firmanın imicini yüksəltməklə bərabər təkrar sifarişlərin alınmasına şərait yaradır. Təkrar sifarişlər

ya köhnə məhsul istehsalçılarından, ya da əvvəlki alıcıların tövsiyəsinə görə yeni istehlakçılardan alınan sifarişlərdən ibarətdir. Belə sifarişlərin alınması və icra edilməsi istehsalçı firmalar üçün xüsusilə əhəmiyyətlidir. Çünki, yeni sifarişlərdən fərqli olaraq burada sifarişin icrası üçün layihə və texnoloji sənədlər, texnoloji avadanlıqlar, bu avadanlıqların istismarında praktiki təcrübəyə malik kadrlar, habelə təşkilati qərarlar mövcuddur. Bütün bunlar isə nəticə etibarlı ilə həm satışdan qabaq, həm də satışdan sonra çəkilməsi nəzərdə tutulan xərclərin azalmasına səbəb olur.

Uzunmüddətli istifadə olunan istehlak məhsulları bazarında məhsulların çatdırılması etibarlılığı göstəricisi firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi üçün o qədər də əhəmiyyətli hesab edilmir. Belə ki, bu tip məhsullar həmişə bölgü və satış kanallarında olduqlarından razılaşıdırılmış vaxtda məhsulların çatdırılması faktoru təyinedici rol oynamır və bu səbəbə görə də etibarlılıq amili ehtiyatların səviyyəsindən demək olar ki, az asılılıqda olur. Uzunmüddətli istifadə olunan məhsullar bazarında aparılan marketing tədqiqatları və onların nəticələri bu tip məhsulların rəqabət qabiliyyətinə həlledici təsir göstərə bilmir. Praktikada istehlakçılar və satıcılar «etibarsızlıq» (və ya onun müəyyən dərəcəsi), eləcə də məhsulqöndərənlərdəki qeyri-müəyyənliklə (məhsulqöndərənləri və məhsulu dəyişmədən) tez və asan razılaşırlar. Ona görə də belə bir şəraitdə logistika marketingin aləti kimi deyil, məhz məsrəflərin azaldılması vasitəsi kimi çıxış edir. Lakin xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, xüsusilə yeni məhsul istehsalı zamanı logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi müddətinin azaldılması, habelə geniş nomenklaturalı məhsulların istehsalının təşkili baxımından o, böyük əhəmiyyətə malik ola bilər. Burada həlledici əhəmiyyəti məhz istehsal prosesinin çıxışında deyil, yalnız girişində və istehsal prosesinin gedində material axınlarının logistik idarə edilməsi kəsb edir. Beləliklə, istehsal xərcləri və məhsulun maya dəyərinin azalması halları müşahidə olu-

nur.

Beləliklə, material və onunla bağlı olan informasiya axınlarının rəşional idarə edilməsinə imkan verən metod və vasitələr məcmusundan ibarət olan logistika aşağıdakı dörd cəhəti nəzərə almaqla firmanın rəqabət qabiliyyətini öz-özünə yüksəltməyə qadirdir:

1. Potensial əmtə bazarları çoxsaylıdır.
2. Bu bazarlarda mövcud olan ənənələr tələb olunan məhsulların nomenklaturasının azalmasından ibarətdir.
3. Firmanın strategiyası radikal formada tez dəyişə bilər.
4. Firmanın nüfuz və hörməti onun bazar münasibətlərində aktiv və uzunmüddətli iştirakının nəticəsidir.

Əgər çoxsaylı əmtə bazarlarında keyfiyyət və xassələrinə görə məhsulların differensiasiyası ehtimalı azalırsa, onda firmanın korporativ imici və ya strategiyası yaxın perspektiv üçün dəyişməz qalır və logistika firmanın mühüm rəqabət alətinə çevrilir. Belə bir şəraitdə rəqabət üstünlüyü bilavasitə firmanın logistik əməliyyatları yerinə yetirə bilməsi qabiliyyətindən, o cümlədən:

- bazar seqmentlərinin dəyişməsi;
- alıcı dairəsinin genişlənməsi;
- bazar tələblərinin dəyişməsi;
- iqtisadi mühitdə vəziyyətin dəyişməsi;
- istehsal olunan məhsulun maya dəyərini azaldılması və keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
- texniki və qiymət sferasında, tədarükat və bölüşdürmə siyasətində manevr imkanlarından yarana bilər.

Firmaların logistik fəaliyyətin yerinə yetirilməsi nəticəsində yüksək gəlirin əldə edilməsinə - alınmasına istiqamətlənən siyasəti mənfəətin artırılmasına gətirib çıxarır. Xarici mütəxəssislərin hesablamalarına görə logistikanın firmanın mənfəətinin artırılmasına təsiri firmanın xidmət səviyyəsindən asılıdır. Lakin göstərilən xidmətin səviyyəsi 90% və ondan yüksək olduqda logistik xərclər bu fəaliyyət növü

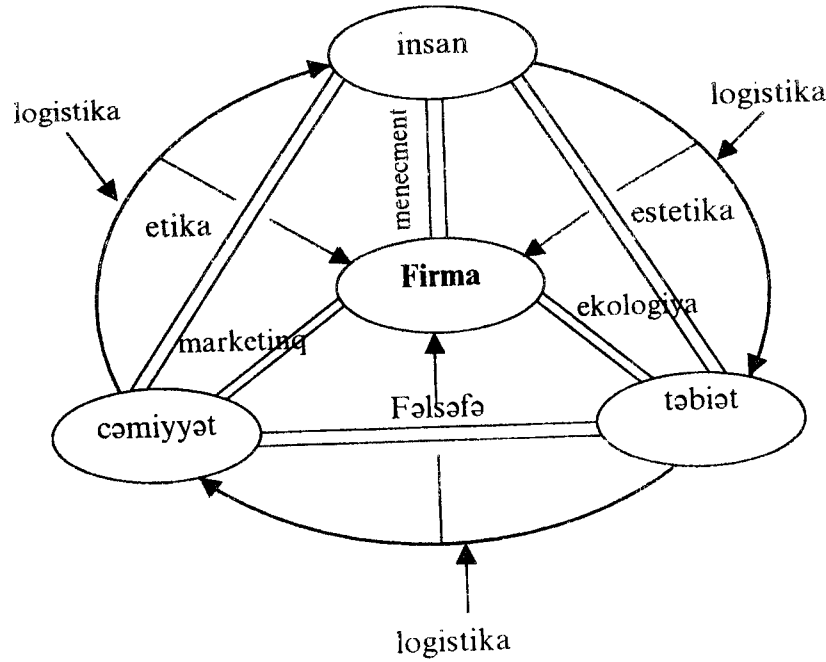
üzrə əldə edilən gəlirləri üstələyir. Ona görə xidmətlərin səviyyəsi məhz bu səviyyədən aşağı olduqda iqtisadi baxımdan rentabelli hesab edilir.

Qeyd olunanlar bir daha təsdiq edir ki, ötən əsrin sonlarından etibarən logistikanın məqsədi xərclərin azaldılması və mənfəətin artırılması çərçivəsindən çox kənara çıxır. Buna görə də bu mərhələdə firmaların rəqabət qabiliyyəti konsepsiyası əlavə xidmətlərin göstərilməsi və onların keyfiyyətinin yüksəldilməsi hesabına rəqabət üstünlüyünü təmin etməkdən ibarətdir. Bəli, ola bilsin ki, sonralar əksər firmalar tərəfindən bu konsepsiyanın tətbiqi zamanı xərc əmili başqa əsaslar üzrə yenidən prioritetə malik olsun. Bütün hallarda logistika hesabına firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi fasiləsiz və dinamik prosesdir.

1.5. MÜASİR İQTİSADI ŞƏRAİTDƏ ÜMUMLOGİSTİK PROBLEMLƏR

İnkişaf etmiş hər bir cəmiyyətin ilkin, əsas məqsədi həmişə cəmiyyət üzvlərinin dəyişən, çevik və konkret tələbatlarını (iqtisadi, sosial, fizoloji, mədəni) müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Mahiyyətinə görə cəmiyyət qarşısında duran ikinci dərəcəli vəzifə müəyyənləşdirilmiş tələbatın (son nəticələrə nail olunması) ödənilməsi üçün vasitə və texnologiyaların axtarılması - insan fəaliyyətinin əsasını təşkil edir. Bu zaman məşhur institusional nəzəriyyəçi T. Veblenin insan fəaliyyətini müəyyənləşdirən faktorları beş başlıca: «ustalıq», «valideynlik», «hər şeyi bilmək həvəsi», «aqrəssivlik», «eqoistlik» kimi instinktlər üzrə qruplaşdırılmasına xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Qeyd olunan bu instinktlərin müxtəlif formada kombinasiyasını «sosial vərdişlərin» törədici hesab etmək olar. Birinci üç əsas instinkt cəmiyyətin maraqları ilə eyniyyət təşkil etdiyindən onlar «məsbət» vərdiş kimi qiymətləndirilir. Sonuncu iki instinkt fərdin, in-

dividumun cəmiyyətə qarşı etirazını ifadə edir. Vərdişlər insan üçün təvəkkür adəti, davranışın ümumi prinsiplərini formalaşdırır. Logistik təfəkkür isə hər şeydən əvvəl «ustalıq» instinktinə əsaslanır. Daha doğrusu, logistik iqtisadiyyat ona insani münasibətlər üçün müvafiq atmosfer yaradır.



Şəkil 1.4. İnsanın firma, cəmiyyət və təbiətlə qarşılıqlı əlaqə sistemi

Hal-hazırda cəmiyyətlə təbiət arasında kifayət qədər mürəkkəb qarşılıqlı əlaqələr sistemi mövcuddur. Şəkil 1.4-dən görüldüyü kimi bu halda insan - sahibkarlıq firmasının əməkdaşı, onun daxili mühitinin başlıca elementi, istehsal prosesinin aparıcı qüvvəsi; firma - bazar iqtisadiyyatının

əsas hərəkətverici subyekti; təbiət – tayı - bərabəri olmayan, həmişəlik, əbədi ətraf mühit; cəmiyyət – firmanın bütün ətraf mühiti – onun məhsullarını alan alıcılar və xammal, material, enerji, dəstləşdirici məmulatları göndərənələr, hökumət və ictimai təşkilatlar, rəqiblər, banklar, birjalar və s. başa düşülür. Bu sistemdə hər bir əlaqə müstəqil ictimai - iqtisadi fənlərin predmetini təşkil edir. «Təbiətlə – firma» arasında qarşılıqlı əlaqələr ekologiyanın tədqiqat obyektinə, «cəmiyyət – firma» arasında qarşılıqlı əlaqə firmanın xarici faktorların təsiri ilə idarə edilməsini əks etdirməklə marketingin müstəsna səlahiyyətinə; «insan – firma» əlaqələri firmanın əsas sistem yaradıcı elementi hesab edilən insanın sistem kimi nəzərdən keçirilən firmaya münasibətlərini, yəni daxili amillərin idarə edilməsini xarakterizə edən menecmentin fəaliyyət sferasına aid edilir. Marketing firmanın strateji baxımdan inkişaf etdirilməsi üçün ideyaların generatoru, menecment bu ideyaların reallaşdırılmasının təminat vasitəsi kimi çıxış edir və eyni bir prosesin (strateji və operativ idarəetmənin) iki ayrılmayan tərəflərini özündə birləşdirir.

Ekologiya, marketing və menecment firmanın - bazar iqtisadiyyatının əsas strukturunun – insanla, cəmiyyətlə və təbiətlə birbaşa əlaqələrini öyrənir. Bu birbaşa əlaqələrin xarakterinə firmaya münasibətdə insanla cəmiyyət və təbiət, habelə cəmiyyətlə təbiyyət arasında mövcud əlaqələr əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Təbii ki, bütün bu müxtəlif və rəngarəng əlaqələr içərisində praktiki maraq doğuran cəhətlər məhz firmanın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsində mühüm rol oynayan pragmatik cəhətlər hesab edilir. Belə ki, insanla cəmiyyət arasında qarşılıqlı münasibətləri etika - insanın həyat fəaliyyətinin mühüm tərəflərindən biri, ictimai həyatın spesifik təzahürü, ictimai şüurun forması kimi əxlaq, ədəb qaydaları haqqında elm öyrənir. Buradan firmanın imici üçün xüsusi əhəmiyyət daşıyan sahibkarlıq münasibətlərinin etikasını meydana gəldi.

«İnsan – təbiət» arasında qarşılıqlı münasibətləri, əlaqələri insanın dünyaya dəyərli münasibətlərinin aşkar edilməsi haqqında, insanların bədii fəaliyyət sferası haqqında elm-estetika öyrənir və bunlar onun predmetini təşkil edir. Bütün bu rəngarənglikdən isə təbii ki, sənaye estetikası, dizayn əmələ gəlmişdir.

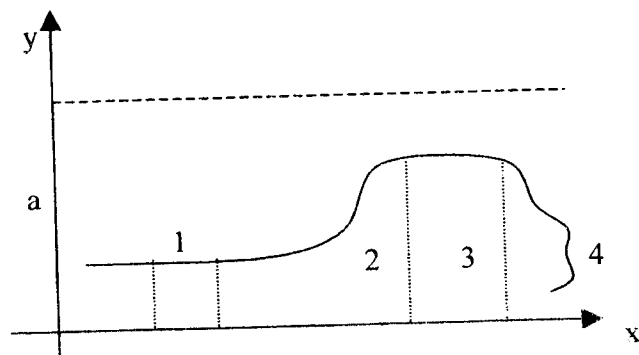
«Cəmiyyət – təbiət» münasibətləri varlığın və idrakin ümumi prinsiplərinin, habelə təbiətin, cəmiyyətin və təfəkkürün ümuminkəşaf qanunauyğunluqlarının öyrənilməsi ilə məşğul olan fəlsəfə elminin çoxsaylı predmetlərdən biridir. Sosial həqiqətlərlə determinəşdirilən fəlsəfə ictimai varlığa aktiv təsir göstərir, yeni ideallar və mədəni dəyərlər formalaşdırır. Məhz təsərrüfatçılığın fəlsəfəsi hesab edilən yeni, müstəqil elm sahəsi – sahibkarlıq fəlsəfəsi də beləcə formalaşır.

Bütün bunlarla yanaşı sxemdə müstəqil şəkildə öyrənilən bir elmin –material, maliyyə, əmək, informasiya və digər axınlar vasitəsilə mövcud sistemin obyektləri arasında qarşılıqlı əlaqəni həyata keçirən - logistikanın predmetini təşkil edən xüsusi sfera göstərilmişdir.

Logistika iqtisadi subyektlərə, mücərrəd formada bazara deyil, məhz konkret istehlakçıya istiqamətlənməklə bazarda rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsi üzrə səmərəli strategiyanın formalaşmasına imkan verir. Bu mənada logistik təfəkkür məhsulların fiziki bölüşdürülməsindən fərqli olaraq daha geniş məsələləri əhatə edir. Ona görə də bazar iqtisadiyyatı şəraitində firmaların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə şərait yaradan obyektiv qərarların qəbul edilməsi üçün əməliyyatların tədqiq edildiyi səviyyədə həm firmanın daxili, həm də xarici mühitini xarakterizə edən böyük informasiya bazasını formalaşdırmaq lazım gəlir. Birmənalı formada qeyd etmək olar ki, formalaşan bu informasiya bazası tələbatın ödənilməsi üçün optimal həll metodlarının və ya üsullarının aşkar edilməsinə xidmət göstərəcəkdir.

Deməli, bazar iqtisadiyyatı inkişaf etdikcə cəmiyyət üzvlərinin mütəmadi artan tələbatının konkret ödənilməsi üçün aşkar edilən metod və üsulların praktiki olaraq istər makro, istərsə də mikrosəviyyədə tədricən təkmilləşdirilməsi (optimallaşdırılması) meylləri güclənir. Ötən, XX əsrdə insan cəmiyyətinin inkişafında nəzərə alınan ümumi hadisələr onun həyat fəaliyyətinin bütün cəhətlərinin təkmilləşdirilməsinə manikal (mübtəla, düşkünlük) cəhdlərin göstərilməsi ilə səciyyələnir. Yəni, mövcud olan yaxşı nə varsa onların yaxşılaşdırılması və insan tələbatının (o cümlədən, keçmiş fantaziyaya görə nağıl hesab edilən televiziya, nüvə enerjisi, genetika əsasında bioloji əkilərin yaradılması, Aya uçuş və s.) ödənilməsinin bu və ya digər cəhətlərinin total optimallaşdırılması traktovakası irəli sürülürdü. Bununla əlaqədar bütün aspektlər üzrə cəmiyyətin inkişafında, xüsusilə XX əsrin həm əvvəlləri, həm də sonlarında cəmiyyətdə hər bir individiumun sosial mövqeyi, həyat səviyyəsi və həyat tərzində praktiki baş verən mütərəqqi dəyişiklikləri mütənəsb, mücərrəd formada izləmək lazım gəlir. Məsələn, istehsalın texnika və texnoloji baxımdan təşkili, təhsil, maddi nemətlərin yaradılması (əsrin əvvəllərində və sonunda avtomobil, təyyarə, dəniz nəqliyyatı, hərbi vasitələr, silahlar və müdafiə vasitələri, insan resurslarının təşkili və idarə edilməsi) sahəsində iri, nəhəng intellektual insan potensialının toplanması və s.

Təbii ki, hər bir konkret tələbatın ödənilməsi ilə əlaqədar olan metod və üsulların təkmilləşdirilməsi bir proses olaraq qanunauyğun formada həyata keçirilir. Logistik funksiyası $J = \frac{a}{1 + be^{-cx}}$ formasında ifadə olunan bu qanunauyğunluğu qrafik şəkildə siqmoidal əyri kimi interpretasiya etmək olar: (şəkil 1.5)



Şəkil 1.5. Tələbin ödənilməsi ilə əlaqədar metod və üsulların təkmilləşdirilməsinin siqmoidal qrafiki

Burada - a) ayrının mail səthi (1) - üsul və ya metodların inkişafının istənilən başlanğıc mərhələsi;

b) sərt dönüş (2) – təkmilləşdirmənin səmərəli dövrünü;

c) assimptotik üfüqi hissə (3) - mövcud üsul və metodların mümkün qədər təkmilləşdirməsinə imkan verən dövrü;

ç) ayrının son hissəsi (4) - tələbatın ödənilməsi üçün prinsipal yeni üsul və metodlara keçidi xarakterizə edir

Məhz belə səbəb və nəticə əlaqələrinin cəmiyyət miqyasında dərk edilməsi, iqtisadi axın proseslərinin həqiqi iqtisadi təbiətinin qiymətləndirmə metod və metodologiyaları vasitəsilə öyrənilməsi «logistika», «logistik fəaliyyət», «logistləşdirmə» və «logistik iqtisadiyyat» kimi anlayışların meydana gəlməsi zəruriliyini məntiqi baxımdan əsaslandırır.

İqtisadiyyat anlayışı haqqında P. Samuelsonun analogiyasından çıxış edərək belə nəticəyə gəlmək olar ki, logistik iqtisadiyyat istehsal – kommersiya (sahibkarlıq), iqtisadi – təsərrüfat və maliyyə strukturlarının vahid məqsəd baxımından optimal qurulması (sintez), təhlili (qiymətləndirmə, effektivlik) və müxtəlif səviyyələrdə (makro, mezo və mikro) bir - birilə əlaqələndirilməsi haqqında elmdir. Başqa sözlə,

logistik iqtisadiyyat adı altında inzibati – ierarxiya quruluşu, şaquli idarəetmə prinsipinə malik totalitar xalq təsərrüfatı sistemindən fərqli olaraq iqtisadi subyektlər (və ya iqtisadi fəaliyyətlə bağlı bütün proseslər) arasında kəmiyyət və keyfiyyət baxımından struktiv üfüqi logistik əlaqələri (logistikləşdirmə əsasında) təmin edən iqtisadiyyat başa düşülür. İqtisadiyyatın ixtiyari modelində təkrar istehsalın bütün fazaları üzrə axın proseslərinin təşkilati, texnoloji, informasiya və iqtisadi nöqteyi - nəzərdən nisbi mənada birgəliyinə baxmayaraq sonuncu - totalitar inzibatçılıq sistemi resursların sərt bölgüsünə üstünlük verməklə istehsalın real bazar tələbatları əsasında təşkilini həyata keçirməyə qabil deyildi. Bu da təkrar istehsal prosesinin «giriş» (istehsal) və «çıxış» (istehlak) fazalarında yerinə yetirilən əməliyyatların kommersiyalaşdırılması zamanı özünü açıq şəkildə təzahür etdirir və sistemin «normal» fəaliyyətinə mənfi təsir göstərirdi.

İxtiyari dövlət sisteminin, onun ali və icraedici hakimiyyət orqanlarının başlıca məqsədi öz ölkəsinə məxsus vətəndaşların tələblərinin tam və dolğun ödənilməsi üçün əlverişli, optimal iqtisadi və sosial şəraitin yaradılmasından ibarətdir. Buna görə də hal - hazırda və perspektiv dövr üçün mikro, mezo və makro səviyyələrdə iqtisadi fəaliyyətlə bağlı problemləri aşkarlamaq və onları intensiv formada aradan qaldırmaq zəruryyəti meydana çıxır.

Elmi-texniki tərəqqinin və iqtisadi inteqrasiyanın dünya ölkələri üzrə inkişaf ənənələri, sabit bazar iqtisadiyyatının spesifik xüsusiyyətləri, inkişaf etmiş ölkələrdə onun dövlət (inhisarçı) tənzimlənməsi, respublikamızda həyata keçirilən iqtisadi islahatların tənzimlənen legitim bazar mexanizminin yaradılması istiqamətində aparılması zəruryyəti, dövlət və qeyri - dövlət müəssisələrinin kommersiya fəaliyyətinin spektrinin genişləndirilməsi və s. material, informasiya və maliyyə axınlarının idarə edilməsi ilə əlaqədar praktiki hesab olunan çoxlu problem məsələləri (bunlardan bəziləri əvvəllər həll edilmədiyinə görə «köhnə», di-

gərləri isə köhnə vaxtda «unudulmuş» hesab olunduqlarına görə iqtisadi, elmi texniki tərəqqi baxımından «yeni» elmi yanaşma tələb edir) iqtisadiyyatın bütün səviyyələrində ön plana çəkdi və ona aktual xarakter verdi.

/Qeyd etmək lazımdır ki, təsərrüfat subyektlərinin sərbəst fəaliyyət azadlığına və onların iqtisadi baxımdan müstəqilliyinə təminat verən bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar ötən əsrin 90 - cı illərinin sonunda kommersionun ölkə iqtisadiyyatı üçün vaciblik və əhəmiyyətlik dərəcəsindən asılı olmayaraq elmi-texniki tərəqqiyə əsaslanan dünya təsərrüfat sistemində yeni iqtisadi strukturlar yaradıldı və onların optimal inkişaf formaları aşkar olundu. Təbii ki, belə müxtəlif formalardan biri kimi iqtisadiyyatın logistikləşdirilməsini (iqtisadiyyatın bütün sahələrində logistik prinsiplər və ya yanaşmaların total - ümumi tətbiqi) hesab etmək olar.

Məhz kompetent həlli iqtisadiyyatın logistizasiyası gedişində müvəffəqiyyətlə təmin edilən bir neçə aktual məsələləri (problemlər) fikrimizcə aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq mümkündür:

1. Müəssisə, iqtisadi region və bütünlükdə milli iqtisadiyyat səviyyəsində məqsəd bazarına çıxarılacaq hazır məhsulun istehsalına lazım olan müxtəlif növ xammal-material qiymətliləri, xidmətlər və maliyyə vəsaitlərinə real və potensial tələbatın elmi nöqtəyi- nəzərdən əsaslandırılması.

Aydın ki, bu məsələ qarşıda duran məqsəd və müxtəlif meyarlar nəzərə alınmaqla həll edilməlidir.

2. Məhsul istehlakçılarının istehsalçılara rasional təhkim edilməsi (əgər müəssisələr dövlət və ya proteksionist siyasətin subyektidirsə) və ya istehlakçılarla istehsalçılar, eləcə də məhsulgöndərənlər arasında mövcud sərbəst iqtisadi münasibətlərin aşkar olunması və onun kontrakt (müqavilə) – kommersion münasibətləri üzərində qurulması.

Bazarda təsərrüfat subyektini kimi müstəqil çıxış edən dövlət özünün real şəraitdən asılı iqtisadi maraqlarını tələ-

bat paketinə uyğun «dövlət sifarişçisi» formasında ixtiyari istehsalçı firma ilə müqavilə münasibətlərində ifadə edir və sifarişin icra edilməsi üzrə müvafiq şərtləri müəyyənləşdirir. Sahibkarlıq fəaliyyəti sahəsində anoloji olan bu tip problemlər kifayət qədər mürəkkəb hesab olunur və logistik yanaşma və prinsiplər əsasında müvəffəqiyyətlə həll edilir.

3. Məhsulgöndərmələrin təşkili, material qiymətlilərinin, informasiyaların və maliyyə vəsaitlərinin qəbulu və saxlanması ilə əlaqədar logistik əməliyyatların optimallaşdırılması.

4. Makro, mezo və mikro səviyyələrdə istehsal – texniki təyinatlı məhsulların istehsalçıları və istehlakçılara xidmət göstərən təchizat – satış, nəqliyyat müəssisələri və təşkilatlarının qarşılıqlı fəaliyyətinin səmərəli təşkili.

5. İnkişaf edən azad bazar iqtisadiyyatı şəraitində material və maliyyə resurslarının milli iqtisadiyyat, iqtisadi region, sahə və müəssisə səviyyəsində bölüşdürülməsi üzrə proseslərin idarə edilməsi və onun təkmilləşdirilməsi.

6. İstehsalçı müəssisələrin zəruri xammal və material qiymətlilərlə təmin olunması üçün optimal təchizat və əksinə hazır məhsulun həm marketing logistikası, həm də beynəlxalq marketing logistikası əsasında (mezo səviyyədə) reallaşdırılması üçün satış planlarının işlənilməsi.

Bu problematika sənaye-maliyyə qrupları, beynəlxalq maliyyə və bank strukturları üçün daha xarakterikdir.

7. İstehsalçı firma və ya müəssisə çərçivəsində sex və sahələrin zəruri material və avadanlıqlarla tələb olunan vaxtda və zəruri həcmdə optimal təmin edilməsi.

Göstərilən bu məsələlərin yaranması və həll edilməsini çətinləşdirən bir sıra obyektiv səbəblər mövcuddur:

- kəmiyyətə material resurslarına və təminat vasitələrinə müəyyənləşdirilmiş ictimai tələbatın dəyişkənliyi və elastikliyi;

- istehsalın material resurslarına cari tələbatının proqnozlaşdırılması, planlaşdırılması və hesablanması üzrə me-

tod və metodologiyasının qeyri - dəqiqliyi və təkmil olması;

- istehlak edilən əmtəə-material qiymətlilərinin nomenklaturasında və istehsalın həcmində stoxastik struktur dəyişikliklərinin baş verməsi;

- təchizat və satış sisteminin özünün qeyri – mükəmməl olması;

- hazır məhsulun istehsalçısı və əmtəə - material qiymətlilərinin istehlakçısı üçün dəqiq uçota alınması mürəkkəblik yaradan tələb və təklifin bazar dəyişkənliyi (bu, xüsusilə inkişaf etmiş bazardan subyektlərinin davranış tərzləri o qədər də yüksək dərəcədə sivil olmayan bazarlara keçidin baş verdiyi zaman mövcud olur);

- milli istehsala məxsus məhsulların və xidmətlərin total qıtlığı (idxalın səviyyəsi ölkənin ümumi istehlakının 50% - dən çoxdur);

- əsas məhsulların istehsalı və reallaşdırılması, eləcə də xidmətlərin göstərilməsində həm dövlət, həm də korporativ (mafioz) qurumlar tərəfindən həyata keçirilən monopoliya – inhisarizm siyasəti;

- əməyin motivasiyası, mənfəət və ziyanların pay əsasında ədalətli bölüşdürülməsi, müxtəlif mərhələlərdə təchizat - satış və nəqliyyat əməliyyatlarının qarşılıqlı fəaliyyəti zamanı səmərəlilik göstəricilərinin əlaqələndirilməsi kimi xüsusi iqtisadi problemlər;

- yüklərin ilkin mənbədən son təyinat məntəqələrinə qədər hərəkətini təmin edən nəqliyyat vasitələri və nəqliyyat infrastrukturunun (ixtisaslaşdırılmış yükləmə-boşaltma strukturları, nəqliyyat vasitələri, yük terminalları, yükdaşımaların idarə edilməsinin təşkili və s.) qeyri - təkmil olması;

- təşkilati – hüquqi problemlər (iqtisadi və mülki fəaliyyətin bütün forma və metodlarının hüquqi həlli və icra edilməsinin real mexanizminin mövcud olmaması).

Bu problemlərin həll edilməsi təbii ki, elmi əsaslar üzrə yanaşma tələb edir. Burada başlıca məqsəd, ideya artıq

kommersiya xarakteri almış maddi – texniki təchizat və satış proseslərinin yerinə yetirilməsi zamanı mövcud iqtisadi axınları logistik prinsiplər üzrə optimalaşdırmaqdan ibarətdir. Logistik prinsip üzrə problemlərin həllinə elmi yanaşma - optimallaşdırmanın həyata keçirilməsi isə ayrı-ayrı fəaliyyət sahələrində, xüsusilə maddi-texniki təchizat, nəqliyyat, anbar, istehsal, satış, habelə məhsul və xidmətlər haqqında informasiyaların ötürülməsi üzrə əməliyyatlar arasında inteqrasiyanın təmin edilməsinə və vahid sistem kimi bütün bu əməliyyatların maliyyələşdirilməsinə logistik mütəxəssislərin səy göstərməsindən ibarətdir. Bu da məntiqi baxımdan hər bir sahədə və ya sahələr arasında yerinə yetirilən işlərin effektivliyinin yüksəldilməsinə xidmət etməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, logistik yanaşma çərçivəsində bu problemlərin həll edilməsi, reallaşdırılması öz-özünə avtomatik şəkildə daxili bir problemlər, xüsusilə qəbul edilən qərarların (funksional, iqtisadi, təşkilati, menecment və s.) elmi cəhətdən əsaslandırılması problemini meydana çıxarır. Bu ona görə daxili problem hesab olunur ki, logistika insan faktoruna, onun davranışına material, maliyyə və informasiya axın sistemində məqsədyönlü (teleoloji) hadisə kimi yanaşır. Qərarların qəbulu (və ya seçim problemi) ilə məşğul olan nüfuzlu tədqiqatçılar arasında belə fikir mövcuddur ki, «qərarların qəbulu teleologiyası» məsələ və problemlərin həlli istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi zamanı onun məntiqi ilə müqayisədə çox güclü təsir mexanizminə malikdir. Buna görə də mütəxəssislər qərarların qəbulu üzrə müasir proseduru rəşional formada məhdudlaşdıran intuiisiyanın, xüsusi olaraq sadə və trivial (köhnə, bayağı) qərarların qəbulunda mühüm əhəmiyyət daşımaları qənaətindədirlər. Məhz bu nöqteyi-nəzərdən demək olar ki, iqtisadi reallığı əks etdirən və həqiqi qəbul edilmiş qərarlar məntiqi nəticələrdən fərqli olaraq fərdi seçim elementlərinə (sahibkarlıq fəaliyyəti) daha çox əsaslanır və bilavasitə onları özündə birləşdirir.

Bütün bunlarla yanaşı belə bir təhlükə də mövcuddur ki, sistemin ümumi məqsədini nəzərə almadan ilk növbədə ehtiyac və zəruriyyətləri əsas olaraq götürən və bir sistem çərçivəsində fəaliyyət göstərən müxtəlif mütəxəssislər (menecerlər) konkret qərarların qəbulu zamanı özlərinin formalaşmış və ya formalaşan lokal məqsədləri nöqtə-nəzərindən çıxış edir və onun həyata keçirilməsinə çalışırlar. Nəticədə etibarlı ilə iqtisadi baxışları və ya istehsal-kommersiya fəaliyyətləri firma və müəssisələrin ayrı-ayrı funksional bölmələrinin təsiri altında formalaşan menecerlər (sahibkar) çox mürəkkəb bir vəziyyətlə qarşılaşırlar. Çünki, hər bir bölmə özünün əvvəlcədən müəyyənləşdirilən fəaliyyət prinsipindən çıxış edərək konkret vəzifələri yerinə yetirir. Daha doğrusu, konkret vəzifələrin mütəmadi təsiri altına düşür. Eyni zamanda hər bir funksional bölmə əksər hallarda bir-birini təkzib, inkar edən iqtisadi məqsəd və maraqların da təsir dairəsində olur. Ona görə də logistik menecerin peşəkarlığı, ustalığı hər şeydən öncə bölmələr qarşısında duran məqsədləri reallaşdırmaq üçün birinci tərtib vəzifələri əvvəlcədən müəyyənləşdirmək, prioritet əsaslarla onların yerinə yetirilməsi ardıcılığını və strategiyasını seçmək və nəticə etibarlı ilə vəzifə və məqsəd arasında ümumi tarazlığı tapmaqdan ibarətdir.

Qərarların qəbul edilməsi prosedurunun çətinləşdirən digər bir səbəb isə istehsal-kommersiya fəaliyyətinin proqnozlaşdırılan sərhədləri və miqyası hesab olunur. Əvvəl qeyd etdiyimiz kimi bazar iqtisadiyyatının genetik əsasları bərqərar olduqca, təsərrüfat subyektlərinin azad, müstəqil fəaliyyətləri üçün əlverişli iqtisadi mühiti təmin edən normativ hüquqi baza formalaşdıqca, beynəlxalq tədarükət və məhsul satışı bazarlarına çıxış imkanları artdıqca, dünya bazarı subyektləri arasında inteqrasiya əlaqələri intensiv xarakter aldıqca təbii ki, istehsal-kommersiya fəaliyyətinin hüdudları da mütənasib formada genişlənir. Məhsul istehsalçıları məqsəd bazarlarının tələbatını dolğun ödəmək üçün

məhsul çeşidinin planlaşdırılması, onun zənginləşdirilməsi, yeni məhsulun layihələşdirilməsi (xüsusi ilə fond və elmtutumlu), istehsal sahələrinin texnoloji baxımdan yeniləşdirilməsi, analoji və yeni məhsulun istehsalı, onun satış bazarına çıxarılması, bölüşdürmə və satış şəbəkələri vasitəsilə reallaşdırılması çox mürəkkəb proses olmaqla iri məbləğdə maliyyə vəsaitləri tələb edir. Digər tərəfdən məhsulun layihələşdirilməsi və istehsalı, habelə istehlakçılara çatdırılmasına qədər hər bir mərhələdə müxtəlif statusa malik məhsul-göndərənlər – kontragentlər iştirak edir. Təbii ki, sadalanan bu proseslərin hər biri böyük həcmdə maliyyə məsrəfləri hesabına başa gəlir.

Bu baxımdan bütün bunların və logistik dövrənin hər bir iştirakçısının iqtisadi maraqlarının nəzərə alınması və uzlaşdırılması tutumuna və xarakterinə görə çətin və mürəkkəb bir prosesdir. Odur ki, vəziyyətdən çıxmaq məqsədilə yalnız məsələlərin elmi əsaslarla həllini və onlara uyğun qərarların hazırlanmasını diqqət mərkəzində saxlayan xüsusi metod və üsullardan – logistik yanaşmalardan istifadə edilməsinə zəruriyyət yaranır. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, məhz logistik fəaliyyət vahid bir sistem kimi bütün məcmu fəaliyyətlər baxımından müxtəlif xarakterli qərarların hazırlanması və reallaşdırılmasını həyata keçirir. Keyfiyyətli qəbul edilən hər bir optimal qərar bütün logistik sistemin effektivliyinə təminat verir. Bununla bağlı logistika qərarların qəbul edilməsi prosesinin təkmilləşdirilməsi problemi, onun elmi cəhətdən əsaslandırılması metodikası mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Optimal logistik qərarların işlənilib hazırlanması üçün istehsal – kommersiya (və ya makrosəviyyədə ümumi iqtisadi) fəaliyyəti məsələsinə hər tərəfli baxılmalıdır. Qərarların qəbulu zamanı isə əsas hərəkətverici amillər və dünya ölkələri üzrə iqtisadi inkişafı təmin edən elmi texniki tərəqqi ilə əlaqədar məqsədlər, habelə onların həyata keçirilməsi istiqamətləri düzgün müəyyənləşdirilməlidir.

1.6. AZƏRBAYCANDA LOGİSTİKANIN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Logistikaya elmi sahə kimi yanaşılması və yeni təsərrüfatçılıq şəraitində logistik metod və üsullardan istifadə olunmasına tələbatın yaranması Azərbaycan Respublikasının bazar iqtisadiyyatına keçidin ilk illərinə təsadüf edir. Respublikamızda yeni iqtisadi münasibətlərin qurulması elmi-praktiki istiqamət hesab olunan logistika elminin intensiv inkişaf mərhələsinə qədəm qoymasına əsaslı təsir göstərirdi. Bu yeni elmi sahəyə iqtisadi təhsil ocaqlarının elmi-texniki işçilərinin, menecerlərin, sənaye və nəqliyyat müəssisələrinin, mühəndis və biznesmenlərin ciddi maraq göstərməsi onun milli iqtisadiyyat üçün yeni olması ilə deyil, başlıca olaraq sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatının təşkilinə logistik yanaşmanın verdiyi praktiki nəticələrlə əlaqədardır.

Ölkəmizdə logistik konsepsiyaların tətbiqi və logistikanın inkişafı ilə bağlı problemlər özünə məxsus xarakterik xüsusiyyətlərə malikdir. Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrin logistika sahəsində topladıqları zəngin təcrübə və qərbdə logistik konsepsiyanın inkişaf mərhələləri bir daha göstərdi ki, logistikanın konkret nəzəri aparatına və praktik olaraq logistik menecmentə tələbat istehsal güclərinin və texnologiyanın inkişaf səviyyəsini, siyasi vəziyyəti, müəyyən vaxt ərzində təşəkkül tapmış bazar münasibətlərinin kamillik dərəcəsini müəyyənləşdirə bilən bir sıra şərtlərdən asılıdır. Müasir iqtisadiyyatda logistikanın tətbiq imkanları və inkişaf xüsusiyyətlərinə ölkəmizdə bu gün mövcud olan sosial-iqtisadi, siyasi vəziyyət, eləcə də iqtisadi islahatların həyata keçirilməsi mexanizmindən kənarında deyil, logistik sistemlərin tətbiq xüsusiyyətlərinə prinsipial üstünlük verməklə tam olaraq iqtisadiyyatın müasir vəziyyəti və inkişaf ənənələri ilə əlaqədar şəkildə nəzərdən keçirilməlidir. Bu baxımdan Azərbaycan Respublikasında logistika-

nın tətbiqi və inkişafı yolunda mövcud prinsipial çətinlikləri ümumi şəkildə aşağıdakı kimi formalaşdırmaq mümkündür.

Birincisi. bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar olaraq iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrində mövcud ağır vəziyyət və uyğun geriliklər, habelə cəmiyyətin bütün təbəqələrini əhatə edən sosial gərginliklər, məmləkət daxili sahibkarlıq mühitinin formalaşması və biznesin inkişaf etdirilməsi üçün prinsip-cə yeni-logistik ideyalara malik sahibkarların, menecerlərin, mühəndis-texniki işçilərin yetişməsinə maneəçilik törədir:

- ümumdaxili məhsulda özəl sektorun xüsusi çəkisinin artması;
- büdcə kəsirlərinin Milli bankın kəsirləri hesabına maliyyələşdirilməsinə yol verilməməsi.
- manatın ahçılıq qabiliyyətinin möhkəmləndirilməsi;
- iqtisadiyyatın aparıcı sahələrinə əsaslı vəsait qoyuluşunun həcmnin prioritet əsaslar üzrə artırılması;
- əhalinin pul gəlirlərinin artırılması və məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi;
- yeni istehsal strukturlarının yaradılması;
- iqtisadiyyatın struktur təkmilləşdirilməsi yolu ilə əsas aparıcı sahələrin ÜDM - də xüsusi çəkisinin artırılması;
- istehsalın artım tempi və istehsal intizamının təmin edilməsi, investisiya mühitinin formalaşmasına aktiv təsir göstərə bilən maliyyə bazarının yaradılması;
- institusional infrastruktur sahələrinin yaradılması;
- resurslardan istifadə sahəsində dövlətin apardığı xammal siyasəti;
- ölkə iqtisadiyyatının ayrı-ayrı sahələrində istehsal olunan məhsulların enerji və material tutumlarının azaldılması istiqamətində tədbirlər paketinin işlənilib hazırlanması;
- bu gün hasil edilən təbii resurslardan istifadədə qənaət rejiminin gözlənilməsi;
- respublikanın getdikcə daha intensiv surətdə beynəlxalq əmək bölgüsü proseslərinə inteqrasiya olunması;

- emaledici sahələrin modelləşdirilməsi;
- bütün istifadəsiz qalan ehtiyat mənbələrinin iqtisadi proseslərə aktiv cəlb edilməsi və digər sosial-iqtisadi problemlər logistikanın tətbiqi və inkişafını şərtləndirən və xarakterizə edən ən mühüm amillərdir.

İkincisi, qərb ölkələrində logistika sahəsində fundamental mövqeyə malik mübadilə sferasının rolu ölkə iqtisadiyyatında demək olar ki, qiymətləndirilməyib. Tarixi baxımdan ölkəmizdə mübadilə sferası xüsusi olaraq məhsulların satışı və xidmətin təşkili nöqtəyi-nəzərindən istehsal sferasından çox geri qalır. Hazır məhsulların istehlakçılara çatdırılması müddətinin uzunluğu, ödənilməyən tələbin yüksək səviyyəsi, istehlakçılara göstərilən ayrı-ayrı xidmət növlərinin qeyri-qənaətbəxş və kifayət qədər olmaması, tədavül kanallarında tələbatı ödəməyən izafi məhsul bolluğunun yaradılması, bu sferanın «qalıq» prinsipi ilə maliyyələşdirilməsi və iqtisadiyyatın inkişafında onun rolunun düzgün qiymətləndirilməməsi və ya qiymətləndirmə prosesində idarəetmə heyətinin psixoloji maneələri və bu səpkidən olan digər amillər mübadilə sferasında mövcud çətinlikləri xarakterizə edir.

Üçüncüsü, bu gün Azərbaycan Respublikasında istehsal olunan məhsulların mübadiləsi sahəsində mövcud bazar - (istehsal, sosial, institusional və ekoloji) iqtisadi infrastruktur və onların əlahidə götürülmüş hər bir elementi inkişaf baxımından dünya ölkələri üzrə orta səviyyədə çox geri qalır. Bu da öz növbəsində əsasən aşağıdakı faktorlarla əlaqədardır:

- məhsul «ötürən» strukturların qeyri - rəşional inkişafı, iri və orta səviyyədə topdansatış ticarətini həyata keçirən əmtə bazarlarının təşəkkül tapmaması; onların təşkilində çatışmamazlıq;
- müasir elektron kommunikasiya sistemlərinin, elektron şəbəkələrinin, rabitə və telekommunikasiya sistemlərinin mal mübadiləsi, ayrı-ayrı topdansatış ticarəti formaları-

nın aparılması, məhsul ehtiyatlarının yaradılması və optimal idarə edilməsi, informasiya logistikasının təşkili, istehsal yerlərinin zəruri xammal və materiallarla optimal təmin edilməsi kimi məsələlərin həllində zəif tətbiqi;

- texniki xidmət bazarının formalaşmaması;
- işgüzar informasiya xidmətlərinin qeyri- qənaətbəxş təşkili;
- respublikamızın geopolitik mövqeyinin yaratdığı tranzit potensialının üstünlüklərindən geniş istifadə olunmaması; TRASEKA dəhlizi üzrə beynəlxalq nəqliyyat yolundan və təbii iqtisadi potensialdan səmərəli istifadə etməyə, habelə yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal edib dünya bazarına çıxarmağa imkan verməklə iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsinə zəmin yaratmalıdır. Böyük «İpək yolu»nun bərpası bazar iqtisadiyyatına keçid, müstəqillik və demokratiyanın inkişafı köklü iqtisadi islahatların həyata keçirilməsilə sıx əlaqədar olmalıdır;
- beynəlxalq normaların tələbləri baxımından vahid nəqliyyat sisteminin yaradılması;
- nəqliyyat infrastrukturunun, hər şeydən əvvəl avtomobil yollarının salınmasında mövcud geriliklər, mültimodul və gömrük terminallarının sayının azlığı və texniki-texnoloji səviyyəsinin aşağı olması, çevik nəqliyyat sisteminin olmaması, gömrük zonalarında gömrük anbarları və mağazaların kifayət səviyyədə olmaması;
- bütün nəqliyyat növləri üzrə dünya standartlarının tələblərinə cavab verə bilən nəqliyyat vasitələrinin praktiki baxımdan olmaması, nəqliyyat parkında nəqliyyat vasitələrinin fiziki və mənəvi cəhətdən aşınma dərəcəsinin yüksək olması;
- istehsal və mübadilə sferasına məxsus anbar təsərrüfatı sisteminin maddi-texniki bazasının zəif inkişaf səviyyəsi, məhsulları emal və yenidən emal edən müasir texnoloji avadanlıqların çatışmaması, anbarlarda yerinə yetirilən əməliyyatların mexanikləşdirmə və avtomatlaşdırma səviyyəsi-

nin aşağı olması;

- müasir tara və qablaşdırıcı ləvazimatları istehsal edən sənaye sahələrinin zəif inkişafı və s.

Göstərilən və qeyd olunmayan bir sıra mənfi faktorlar əhəmiyyətli dərəcədə bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatı və onun ayrı-ayrı sahələri üzrə logistik konsepsiyaların tətbiqini çətinləşdirir.

Lakin bazar iqtisadiyyatına keçidin ilk illərindən Azərbaycan Respublikasında müxtəlif iqtisadi fəaliyyət sahələrinin hər birində logistik ideyaların inkişafı üçün müəyyən addımlar atılmışdır. Bunları əsasən elmi-nəzəri və istehsal-texniki (texnoloji) istiqamətlər üzrə qruplaşdırmaq olar.

Elmi-nəzəri tədbirlər sistemi logistika ilə birbaşa və ya dolayı münasibətdə olan geniş əhatə dairəsinə malik ali təhsilli mütəxəssislərin hazırlanması, eləcə də logistikanın bu və ya digər problemlərinin həll edilməsinə yönəldilmiş və onun nəzəri, nəzəri-metodoloji əsasını təşkil edən bir sıra elmi-tədqiqat işlərinin yerinə yetirilməsi və metodik göstərişlərin hazırlanması ilə əlaqədardır. Logistikanın nəzəri və nəzəri-elmi əsasını sistemli təhlil, iqtisadi kibernetika, əməliyyatların tədqiqi, ehtiyatların idarə edilməsi, kütləvi xidmət nəzəriyyəsi, əlaqələr nəzəriyyəsi və digər elmlər təşkil edir. Eyni zamanda maddi-texniki təchizat və satış, istehsalın əməli idarə edilməsi, material resurslarına tələbatın optimal planlaşdırılması, məhsulların mübadiləsi sferasında nəqliyyatın səmərəli fəaliyyətinin təşkili, anbar təsərrüfatının təşkili və s. sahələrin bu və ya digər aspektlərinin tədqiq edilməsi sahəsində respublika alim və mütəxəssislərinin, eləcə də praktiki işçilərin əldə etdikləri nailiyyətlər də logistikanın nəzəri - elmi əsaslarının formalaşmasına böyük töhvədir.

Logistikanın konkret fənn kimi son illərdə ali tədris ocaqlarında tədris edilməsi və praktiki fəaliyyət zamanı istifadə (tətbiq) olunmasına baxmayaraq, onun ayrı - ayrı nəzəri əsasları maddi-texniki təchizat və satışın iqtisadiyyatı,

anbar və tara təsərrüfatının təşkili, ehtiyatların idarə edilməsi, material resurslarının idarə edilməsi, istehsalın operativ təqvim planlaşdırılması, yükdaşımaların təşkili və idarə edilməsi, topdan və pərakəndə satış ticarətinin təşkili və s. fənlər kompleks tədris edilmişdir.

Bazar münasibətlərinə keçidə qədər, yəni totalitar təsərrüfatçılıq münasibətləri sistemində qeyd olunan fənlərin hər birinin öyrənilməsi, müvafiq elmi-tədqiqat işlərinin aparılması və praktiki həlli zamanı bu və ya digər məsələlərə sahə və müəssisə maraqları aspektindən yanaşma prinsipi üstünlük təşkil edirdi. Məhsulların istehsalı və mübadiləsi sferasında logistik sistemin iştirakçılarının mahiyyət etibarilə özlərinin lokal maraqlarının təmin edilməsi və mərkəzləşdirilmiş planlı iqtisadiyyatın fəaliyyət göstərməsi nöqtəyindən nəzərindən həmişə sistemin təcrid olunmuş elementləri kimi baxılırdı. Odur ki, bazar iqtisadiyyatına qədər logistikaya konseptual anlamda marketinq və ya inteqrativ paradiqma aspektindən yanaşma mümkünsüz idi və bu tələb həmin dövr üçün heç bir elmi əsasa malik deyildi.

Eyni zamanda qeyd etməliyik ki, inzibati - amirlik sistemində respublikamızda uzun illər istehsal və mübadilə sferasında material axınlarının idarə edilməsinə xidmət göstərən mövcud maddi-texniki bazalar bazar iqtisadiyyatı şəraitində logistikanın müstəsna səlahiyyət dairəsinə aid edildi. Buna konkret nümunə olaraq sənaye istehsalı sahəsində sənaye (texnoloji) nəqliyyat və anbar təsərrüfatının təşkili, çəvik avtomatlaşdırılmış istehsal yerlərinin yaradılması, avtomatlaşdırılmış layihə sistemlərinin tətbiqi, material ehtiyatlarının idarə edilməsi və onların səviyyəsinə nəzarət (KANBAN və MTR) kimi istehsaldaxili sistemləri göstərmək olar.

İnzibati - amirlik dövründə çox çeşidli material axınlarının idarə edilməsi ilə əlaqədar olaraq mübadilə sferasının maddi-texniki bazasını və iqtisadiyyatın infrastrukturunu məhsulların təchizat və satışını həyata keçirən mərkəzi döv-

lət orqanlarının (Respublika Dövlət Maddi-Texniki Təchizat və Dövlət Tikinti, Dövlət Aqrar Sənaye və Dövlət Neft Məhsulları Komitələri), sahə və idarələrin müxtəlif texnoloji obyektləri təşkil edirdi. Lakin 1992-ci ildən etibarən Azərbaycan Respublikası ərazisində material resurslarının mərkəzləşdirilmiş formada bölüşdürülməsini həyata keçirən dövlətin bütün növ təminat formalarının sadələşdirilməsinə baxmayaraq güclü anbar sistemləri, nəqliyyat-anbar kompleksləri, nəqliyyat şəbəkələri və yük terminalları, konteyner məntəqələri, hesablama və dispetçer mərkəzləri, istehsal və mübadilə sferasına xidmət edən topdan və pərakəndə ticarət obyektləri bazarın struktur obyektlərinə çevrilərək fəaliyyət göstərməyə başladılar. Doğrudur, sadalanan bu obyektlər həm də fəaliyyət azadlığı baxımından yeni iqtisadi sistemin tələblərinə uyğun dəyişikliklərə məruz qalmış və bu proses bu gündə davam etməkdədir. Məsələn, Azərbaycan Respublikasında istehsal-texniki təyinatlı məhsulların bölgüsünü həyata keçirən Dövlət Maddi-Texniki Təchizat Komitəsi aparılan iqtisadi islahatların nəticəsi olaraq yeni iqtisadi şəraitdə vasitəçilik strukturunun bir elementi kimi bu növ məhsulların topdansatış ticarətini həyata keçirən «Azərkontrakt» açıq tipli səhmdar cəmiyyətə çevrildi.

Beləliklə, baxılan ilkin şərtlər məhsulların istehsalı və mübadiləsi sferasında logistik konsepsiyaların tətbiq imkanlarının genişləndirilməsi nöqtəyi-nəzərindən ölkə iqtisadiyyatı üçün fundamental baza rolunu oynayır. Bütün bunlarla yanaşı əlbəttə ki, iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində logistikanın istehsal, texniki və texnoloji bazasının inkişafı və təkmilləşdirilməsi, habelə logistik nöqtəyi-nəzərdən malyeridilişi stukturlarının, müxtəlif səviyyəli makro və mikrologistik sistemlərin yaradılması da vacibdir. Bunun üçün logistikanın inkişafı yolunda qeyd etdiyimiz prinsiplər çətinliklər aradan qaldırılmalıdır.

Azərbaycan Respublikası üçün yaxın və uzaq xarici ölkələrin keçdiyi uzun tarixi yolu təkrarlamağa ehtiyac yox-

dur. Sadəcə toplanmış təcrübə və Respublikanın malik olduğu elmi-praktiki potensialından istifadə etməklə bazar yönümlü strukturlarda, xüsusilə biznes sahəsində müasir logistik yanaşma və sistemləri intensiv tətbiq etmək lazımdır. Bunun üçün isə təsərrüfat rəhbərləri, müxtəlif dərəcəli menecerlər, istehsal və mübadilə sferası müəssisələrinin işçi heyəti işin təşkili sahəsində optimal nəticələr əldə etmək məqsədilə logistik təfəkkürə malik olmalı və onu praktiki əmələ çevirməlidirlər. Bu baxımdan iqtisad yönümlü ali məktəblərdə «Logistika» ixtisası üzrə beynəlxalq standartların tələblərinə uyğun kadrların hazırlanması işi intensivləşdirilməli, qeyd olunan sahədə çalışan mütəxəssislərin yenedən hazırlanması və ixtisas səviyyələrinin yüksəldilməsi daima diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi bir sıra elmi-praktiki işçilərin malyeridilişi proseslərinin idarə edilməsinin forma və metodlarına dair elmi araşdırma və tədqiqatlarını, məsələn, ayrı-ayrı məhsul növləri üzrə yaradılan istehsal və əmtəəlik ehtiyatların strukturunun təkmilləşdirilməsi, optimal məhsul göndərmə partiyalarının formalaşması, anbar təsərrüfatının idarə edilməsi, yükdaşımaların səmərəli təşkili, material axınlarının kompleks idarə edilməsi kimi ayrı-ayrı elementləri logistika elminə aid etmək olar. Lakin aparılan bu tədqiqat işləri material axınlarının idarə edilməsi haqqında elmin tələbləri çərçivəsində həyata keçirilmir və bir-birilə kifayət qədər əlaqələndirilmirdi (baxmayaraq ki, bu cür əlaqələndirmə üçün tələb olunan əsaslandırma da yox səviyyəsində idi). İlk mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər material axınlarının hərəkəti zamanı ümumlogistik xərclərin optimallaşdırılması məsələsi isə ümumiyyətlə diqqət mərkəzindən kənarında dururdu. Buna görə də toplanmış elmi-praktiki potensialın logistik yanaşma baxımından analiz edilməsi mövcud iqtisadi şəraitin əsas tələblərindən birini təşkil edir.

Logistik nöqtəyi-nəzərdən təsərrüfat proseslərinin ida-

rə edilməsi sistemi üç xarakterik əlamətlə səciyyələnir. Birincisi, logistika material axınlarının idarə edilməsi üzrə müxtəlif mərhələ, faza və əməliyyatlara kompleks yanaşmaqla onları tam şəkildə nəzərdən keçirir. İkincisi, bu mərhələ, faza və əməliyyatlar üzrə çəkilən məsrəflər bir-birilə qarşılıqlı formada əlaqələndirilərək qiymətləndirilir. Üçüncüsü, logistikada kompleks yanaşma həm istehlakçıları, həm də onunla əlaqədə olan əmtəə bazarının digər subyektlərini minimum xərclər hesabına tələb olunan keyfiyyətdə zəruri material və xidmətlərlə ahəngdar və vaxt-vaxtında təmin etmək üçün həyata keçirilir.

Logistikanın Respublika iqtisadiyyatında rolu bir-birilə sistemli şəkildə qarşılıqlı əlaqədə olan beş əsas: iqtisadi, təşkilati- iqtisadi, informasiya, texniki və təsərrüfat proseslərinin bilavasitə tənzimlənməsini həyata keçirən spesifik faktorla müəyyənləşdirilir.

İqtisadi faktor. Müasir iqtisadi şəraitdə məhsul istehsalçıları qarşısında duran ən vacib problem istehlakçı tələbini dolğun ödəməklə yüksək bazar mənfəətinə nail olmaq üçün istehsal məsrəflərini və məhsulun tədavül sferasında saxlanması və hərəkəti ilə bağlı xərclərin azaldılmasından ibarətdir. Beləliklə, əgər inkişaf etmiş bazar münasibətləri şəraitində hər bir istehsalçı «ilk hesablamaya - müvafiq bazar mənfəəti - istehlakçı» prinsipini mütəmadi olaraq özünün fəaliyyət kredosuna çevirirsə, onda material resurslarının əlverişli və optimal idarə edilməsi forması hesab olunan logistikanın potensial gücü məhz bu prinsipin yerinə yetirilməsinin təmin edilməsinə yönəldilməlidir.

Təşkilati - iqtisadi amillər. Azərbaycan iqtisadiyyatında yeni mülkiyyət formalarının meydana gəlməsi, dövlət müəssisələrinin özəlləşdirilməsilə bağlı struktur islahatlarının aparılması, əmələ gələn yeni strukturların fəaliyyət müstəqilliyinin təmin edilməsi, idarəetmə aparatının sadələşdirilməsi və təsərrüfat proseslərinin idarə edilməsində qeyri - mərkəzləşdirmə prinsiplərinin tətbiqi nəticəsində təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi fəaliyyətində kooperasiya və

inteqrasiya prosesləri güclənir. Çox növlü mülkiyyət formaları ilə xarakterizə olunan keçid dövründə idarəetmənin inteqrativ forması - logistik proseslərin yerinə yetirilməsi üçün istehsalçı müəssisələrin, istehlakçıların, vasitəçi strukturların, anbar təsərrüfatı və nəqliyyatın əlaqələndirilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

İnformasiya amilləri. Təbii ki, bazar subyektlərinin iqtisadi fəaliyyətini informasiyasız təsəvvür etmək qeyri-mümkündür. Buna görə də bazar münasibətlərinin inkişafı hər şeydən əvvəl iqtisadi subyektlər arasında informasiya əlaqələrinin inkişafına və ya əksinə əsaslı təsir göstərir. Daha doğrusu, bazar münasibətlərinin inkişafı ilə informasiya əlaqələrinin güclənməsi biri-birilə səbəb-nəticə asılılığında. İnformasiya axınları logistik proseslərin təşkilində mühüm rol oynadığından informasiya bazar və logistikanı üzvü formada daha çox bir - birinə bağlayır.

Texniki amillər. Texniki amillər idarəetmə sistemi kimi bütövlükdə həm logistikaya, həm də onun subyekt və obyektlərinin inkişafına təsir göstərir. Bu təsir hər şeydən əvvəl anbar-nəqliyyat təsərrüfatı sahəsində, eləcə də məhsul və xidmətlər bazarında həlledici nəticələri təmin edən elmi-texniki tərəqqinin son nailiyyətlərinin tətbiqində - idarəetmə işlərinin avtomatlaşdırılması və kompyuterləşdirilməsinin həyata keçirilməsində təzahür edir. Öz növbəsində təsərrüfat vahidlərinin kommertiya təşəbbüsünün artması və bazar münasibətlərinin inkişafı material axınlarının idarə edilməsi proseslərinə yeni texnikanın tətbiqini stimullaşdırır. Aydın ki, texniki modernləşdirmə material axınlarının logistik əsaslar üzrə optimal idarə edilməsini tələb edir və onun iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasına şərait yaradır.

Spesifik amillər. Malyeridilişi proseslərinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi zəruriyyəti artdıqca logistika daha çox aktuallıq kəsb etməyə başlayır. Bu proseslərin tənzimlənməsi üçün dövlətin müxtəlif idarəetmə metodlarından istifadə etməsi logistik yanaşmalara bərabərdir, onunla adekvatlıq təşkil edir. Logistik yanaşmalardan təkə mikro səviyyədə - malyeridilişi proseslərinin iştirakçıları hesab edilən firma və

müəssisələr səviyyəsində deyil, eyni zamanda regional, habelə makrosəviyyədə də istifadə olunması məqsədəuyğundur.

Beləliklə, bir tərəfdən bazar münasibətlərinin tələbi və nəticəsi logistik yanaşmaların tətbiqinə artan intensiv maraq və tələblə müəyyənləşirsə, digər tərəfdən logistik idarəetmənin sürətlənməsi, təsərrüfat həyatında geniş tətbiqi isə bazar münasibətləri sisteminin təkmilləşdirilməsinə və dövlətin iqtisadi siyasət kursuna əsaslı təsir göstərir.

Logistikanın bazar münasibətlərinin inkişafına təsirini nəzərdən keçirək.

Material axınlarının hərəkətinin qiymətləndirilməsi və məhsulların hazırlanması anından onların istehsal istehlakına qədər təşkili və tənzimlənməsi prosesinə monitorinqin keçirilməsi logistikanın mühüm tələbini təşkil etsə də məhsul istehsalçıları ilə alıcılar arasında təsərrüfat əlaqələrinin inkişafına təminat yaradır. Material axınlarını onların hərəkət marşrutu boyu təşkil və təhlil edən zaman zaman firma və müəssisələr istehsal sistemlərini bilavasitə xarakterizə edən göstəricilərin yaxşılaşdırılmasına maraq göstərməklə bərabər, həm özlərində, həm də əməkdaşlıq etdiyi logistik subyektlərdə giriş və çıxış axınlarını, onların həcmi, spesifik xüsusiyyətlərini, habelə axınların giriş və çıxış vaxtını və s.-ni nəzərə alırlar. Xüsusi göstəricilərin yaxşılaşdırılmasına cəhd edən firma əməkdaşlıq etdiyi logistik subyektlərin maraqlarının və məhsulgöndərmələr üzrə müqavilə münasibətlərinin inkişafı üçün şərtlərin təmin edilməsinə çalışır. Bu isə hər şeydən əvvəl bazar münasibətlərinin xarakterindən irəli gəlir. Bundan başqa, üfüqi təsərrüfat əlaqələrini genişləndirən firma və müəssisələr sifarişçilərə xidmət göstərilməsi və az məsrəflərlə məhsulgöndərmələrin keyfiyyətini yüksəltmək üçün bir-birilə rəqabət aparırlar. Buna görə də logistik metodlar əmtəə bazarında firmaların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin etibarlı aləti kimi çıxış edir.

Logistikanın əsas şərtlərindən biri tədarükət, anbarlaşdırma, yükləmə – boşaltma və məhsulgöndərməyə çəkilən məsrəflərin azaldılması istiqamətlərinin axtarılmasından ibarətdir. Anbar - nəqliyyat əməliyyatlarına çəkilən məsrəf-

lərin azaldılması rəqabət mübarizəsində qələbə qazanmaq və bu sahədə liderliyi əldə saxlamaqla müəyyənləşir. Bu zaman logistik əməliyyatlara sərf edilən məsrəflər üzrə optimal variantın seçilməsinə xüsusi diqqət yetirilir. Logistikada sistemin iştirakçıları üçün məsələn, məhsulgöndərmə partiyasının normalaşdırılması, təsərrüfat əlaqələrinin formalaşması və anbar yükdaşımalarının həcmi azaldılması üzrə optimal idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi böyük əhəmiyyət daşıyır. Bu qərarların qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi qənaət edilmiş material və maliyyə resurslarından istifadə olunmasına, regional məhsul və xidmətlər bazarının genişlənməsinə təsir göstərir.

Logistik əməliyyatların və funksiyaların (anbarlaşdırma, yüklərin nəql edilməsi, konsaltinq və s.) çoxnövzlülüyü vasitəçi strukturların müəssisələrə - məhsulların satıcısı və alıcısına xidmət göstərilməsi imkanlarını artırır. Vasitəçilik missiyasını yerinə yetirən bu strukturlar - təşkilatlar məhsulların tədarükəti və satışı üzrə vasitəçilik əməliyyatlarından başqa digər yeni logistik xidmətlər də göstərdiklərindən kompleks xidmət üzrə vasitəçi təşkilatlara çevrilirlər. Bunun nəticəsi olaraq topdanticarət strukturlarının məhsul və xidmətlər bazarında rolu artır, imici yüksəlir və iqtisadi fəaliyyət dairəsi isə əhəmiyyətli dərəcədə genişlənir.

Logistik yanaşma bazar münasibətlərinin inkişaf etdiyi şəraitdə dövlət idarəetmə orqanlarının funksiyalarına hər tərəfli təsir göstərir.

Birincisi, bu bir tərəfdən son zamanlar təsərrüfat əlaqələrinin qurulmasında dövlət idarəetmə orqanlarının rolunun zəifləməsi və əmtəə bazarında xüsusi çəkisi yüksək olan ayrı-ayrı firma və müəssisələrin təşəbbüsünün artması ilə əlaqədirdirsə, digər tərəfdən müasir avadanlıqlarla təmin edilmiş geniş anbar şəbəkəsinə malik vasitəçi strukturların sayının artması ilə bağlıdır. Lakin hər iki halda material axınlarının iqtisadi cəhətdən tənzimlənməsi və əlaqələndirilməsi zəruridir. Ona görə də inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, regional səviyyədə material axınlarının əlaqələndirilməsi funksiyasını yerli hakimiyyət orqanları yerinə

yetirməlidirlər.

İkincisi, regional idarəetmə orqanları logistik strukturlara dövlət təminatının göstərilməsi forması kimi məsləhət və elmi-metodiki xarakterli fəaliyyət növünə daha çox üstünlük verirlər. Çünki, idarəetmə orqanlarının özləri regionda nəqliyyat - anbar əməliyyatlarının səmərəliliyinin yüksəldilməsi, anbar yük daşımalarının və nəqliyyat xərclərinin azadılması üçün və ümumiyyətlə material axınlarının regional idarə edilməsi prosesində material, maliyyə və əmək resurslarına qənaət edilməsi üçün bu strukturların təklif etdiyi xidmətdən istifadə olunmasında maraqlıdırlar. Daha doğrusu, yerli idarəetmə orqanları logistik metodların tətbiqinə büdcənin imkanlarının yaxşılaşdırılmasına yönəldilmiş əlavə mənbə kimi baxırlar. Məsələn, logistik xidmətlər üzrə qiymətlərin tənzimlənməsi nəticəsində müəssisələrin bu xidmətə çəkəcəkləri məsrəflər azalır və ümumi yekunda dövlət büdcəsinin gəlirlərinin artmasına şərait yaranır.

Üçüncüsü, logistik metodlardan istifadə sənaye, nəqliyyat, ticarət müəssisələrinin sahələrarası əlaqələrinin genişlənməsinə köməklik göstərir.

Dördüncüsü, logistik idarəetmə metodları dövlətlərarası iqtisadi münasibətlərin qurulmasında da böyük rol oynayır. Buna görə də transmilli sənaye-maliyyə qruplarının yaradılması zamanı Azərbaycan Respublikasının digər yaxın və uzaq ölkələrlə xarici iqtisadi əlaqələri sistemində onların nəzərə alınması və intensiv istifadə olunması lazımdır.

Beləliklə, dövlət strukturlarının yerinə yetirdikləri logistik funksiyaların inkişaf etdirilməsi, təsərrüfat praktikasında logistik idarəetmə metodlarından istifadə olunması dövlətin iqtisadi siyasətinin təkmilləşdirilməsinə və həyata keçirilən iqtisadi reformların səmərəliliyinin yüksəldilməsinə təsir göstərir.

FƏSİL 2: LOGİSTİKANIN NƏZƏRİ VƏ METODOLOJİ ƏSASLARI

2.1. LOGİSTİKANIN PARADİQMASI

Logistikanın tarixi inkişaf mərhələləri onun paradigması ilə sıx əlaqədardır. Tarixi baxımdan logistikanın dörd əsas:

- analitik.
- texnoloji (informasiya);
- marketinq.
- inteqral paradigması mövcuddur.

Qeyd olunan bu fundamental paradigmalardan hər biri qərb ölkələrinin elm – praktik fəaliyyətinin nəticəsidir və bunların hər birilə bir sıra konkret elmi məktəblər, tədqiqatçılar qrupu və logistik cəmiyyətlər mütəmadi məşğuldur.

Analitik paradigma təkrar istehsal prosesinin yalnız istehsal və mübadilə sferasında material axınlarının idarə edilməsi problemi ilə məşğul olan logistikaya nəzəri elm sahəsi kimi ilkin klassik yanaşmanı nəzərdə tutur. Analitik paradigma ilə bağlı fundamental elmi tədqiqat işləri logistikanın əsas aparıcı fənn olaraq tədris edildiyi Amerika universitetlərinə məxsusdur. Logistikanın analitik paradigması ciddi nəzəri bazaya, xüsusilə tədqiqatların aparılması üçün ehtiyatların idarə edilməsi, əməliyyatların tədqiqi, iqtisadi kibernetika, riyazi statistik model və metodlardan istifadə olunmasına əsaslanır. Analitik paradigmanın tətbiq edilməsinin spesifik xüsusiyyəti həll ediləcək logistik problemlərin spesifik cəhətlərini əks etdirən mürəkkəb iqtisadi – riyazi modellərin qurulmasından ibarətdir. Bu zaman logistik obyektlərin (xüsusilə inteqrativ logistik sistemlərin) böyük ölçüyə və stoxastik xarakterə malik olmasını, habelə mürəkkəbliyini nəzərə almaqla problemi dəqiq və düzgün müəyyənləşdirməli və qurulan model isə praktiki baxımdan

reallaşdırıla bilən olmalıdır. Bunun üçün qurulan modellər böyük həcmdə ilkin informasiyalarla və logistik idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi üçün zəruri olan mürəkkəb həll alqoritmləri ilə təmin edilməlidir. Daha doğrusu, analitik paradiqma geniş çeşidli ilkin informasiyalara və müvafiq həll alqoritmlərinə malik olmalıdır.

Qeyd olunan bu xüsusiyyətin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, analitik paradiqmaya əsaslanan logistik model və məsələlərin praktiki tətbiq sahəsi istehsaldaxili logistik sistemlərin sərhəddinə qədərdir, onunla məhdudlaşır. Yəni, analitik paradiqma yalnız istehsala qədər logistik məsələlərin həlli ilə məşğul olduğundan istehsaldaxili logistik sistemlər analitik paradiqmanın reallaşmasına xidmət edən modellərin, eləcə də onların həll alqoritmlərinin tətbiq sahəsinə aid edilmir. Lakin firma və şirkətlər təsərrüfat fəaliyyətlərinin yerinə yetirilməsi zamanı yaranan cari problemlərin həll edilməsinə daha çox meyl göstərirlər. Buna görə də logistik tədqiqatların aparılmasına integrativ nöqteyi – nəzərdən yanaşan, ona böyük maraq göstərən əksər firma və şirkətlər üçün klassik və analitik paradiqma əlverişli hesab edilmirdi və bu da analitik paradiqmadan imtina etmək zəruriyyətini meydana çıxardı. Logistik nöqteyi - nəzərdən daha optimal və əlverişli hesab edilən texnoloji xarakterə malik paradiqmalar təsərrüfat subyektləri üçün məqsədəuyğun idi.

Texnoloji paradiqma ötən əsrin 60 - cı illərində meydana gəlmiş və informasiya – kompyüter texnologiyasının sürətli inkişafı ilə sıx əlaqələndirilirdi. Mövcud paradiqmanın fəlsəfi mahiyyəti bir tərəfdən logistik obyektlərdə material axınlarının idarə edilməsi üzrə ümumi problemi formalaşdırmaq, digər tərəfdən isə problemin həlli üçün zəruri sayılan informasiya – kompyüter təminatını yaratmaqdan ibarət idi. Bu paradiqmada əsas diqqət firma və şirkətlərin təsərrüfat fəaliyyətinin planlaşdırılması, məhsul istehsalı üçün lazım olan ayrı-ayrı material resurslarının tədarük edilməsi, məqsəd (satış) bazarı üçün hazır məhsul istehsalı,

hazır məhsulların bölüşdürülməsi və satışı kimi inzibati funksiyaların yerinə yetirilməsinə yönəldilmişdi. Material axınlarının idarə edilməsi ilə əlaqədar olan bütün proseslərin təmin edilməsi məhz, informasiya – kompyüter sistemlərinin tətbiqinə əsaslanırdı ki, bu da öz növbəsində uçot, rabitə (telekommunikasiya) və nəzarət işlərini, habelə logistik sistem üçün mühüm rol oynayan idarəetmə qərarlarının qəbulu prosedurunun asanlaşdırırdı.

Texnoloji paradiqmanın nəzəri əsasını həm logistik obyektlərin özlərinin modelləşdirilməsi üçün tətbiq edilən, həm də sistemin informasiya - kompyüter təminatının yaradılması (və ya mövcud olanın təhlil edilməsi) zamanı intensiv istifadə olunan sistemli yanaşma metodu təşkil edirdi. Bu zaman logistik idarəetmənin əsas strategiyası adi, köhnə məsələləri avtomatlaşdırmaq və daha mürəkkəb logistik məsələləri isə məhz informasiya - kompyüter təminatının yaratdığı keyfiyyət üstünlükləri hesabına həll etməkdən ibarət idi. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, material axınlarının idarə edilməsi ilə bağlı bütün proseslərin optimallaşdırılması texnoloji paradiqmanın məqsədini təşkil etmirdi və demək olar ki, onun diqqət mərkəzindən kənarında dururdu.

Praktiki olaraq texnoloji paradiqmadan istifadəyə nümunə kimi firmadaxili planlaşdırma, ehtiyatların idarə edilməsi, material resurslarının tədarükü, habelə hazır məhsulların istehlakçılara göndərilməsi zamanı tətbiq edilən, geniş yayılmış «resurslara tələbatın planlaşdırılması» sistemini göstərmək olar. Bununla əlaqədar olaraq bir sıra optimallaşdırma, məsələn, optimal məhsul göndərmə (sifariş) partiyalarının və ya «optimal istehsal texnologiyaları» tipli sadə logistik sistemlər daxilində məhsul ehtiyatlarının səviyyəsinin müəyyənləşdirilməsi kimi məsələlər də həll edilirdi. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, texnoloji paradiqmadan istifadə edilməsi prinsipi üzərində qurulan logistik sistemlər bazar iqtisadiyyatının müasir inkişaf mərhələsinin tələb etdiyi səviyyədə, məsələn, məhsul istehsalçıları ilə

məhsulgöndərənlər və istehlakçılar arasında mövcud təsərrüfat münasibətlərinin tənzimlənməsi üçün zəruri çevikliyə və dinamikliyə malik deyildi. Daha doğrusu, real bazar tələblərinə cavab vermirdi. İnkişaf edən bazar iqtisadiyyatı, rəqabət və rəqabət mübarizəsinin xarakteri, satış bazarı uğrunda analoji məhsul istehsalçılarının intensiv mübarizəsi, onun spesifik xüsusiyyətləri, istehlakçıların məhsulların keyfiyyətinə qoyduqları sərt tələblər, qiymət və s. amillər texnoloji paradiqmanın digər, daha mütərəqqi paradiqma ilə əvəzlənməsi prosesini sürətləndirdi.

Buna görə də ötən XX - ci əsrin 80 – ci illərindən etibarən sənayecə inkişaf etmiş bir sıra qərb dövlətləri logistik sistemlərin qurulması zamanı tez – tez marketinq paradiqmasına istinad etməyə başladılar. Bu paradiqmadan istifadəyə əsaslanan modellərin başlıca məqsədi mövcud rəqabət mübarizəsi şəraitində logistik sistemlərlə firmaların imkanları arasında münasibətləri təsvir etmək və aydınlaşdırmaqdan ibarət idi. Məhz bu baxımdan layihələşdirilən, qurulan logistik sistemlər ilk növbədə firma və şirkətlərin strateji məqsədlərinin – bazarın tədqiqi, firmanın bazar payının və rəqabət mübarizəsinə tab gətirməsinin təyin edilməsi, satış bazarının cari və potensial tələbinin proqnozlaşdırılması kimi marketinq məsələlərinin həll olunmasını tələb edən, nəzərdə tutan məhsul satışı bazarında rəqabət strategiyasının reallaşdırılmasına istiqamətlənmişdi.

Marketinq paradiqmasının elmi bazasını əsasən iqtisadi və sosial yönümlü fənlər: istehsalın iqtisadiyyatı və təşkili; əməli menecment, heyətin və məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsi; marketinq; sosial psixologiya və s. təşkil edir. Paradiqmanın riyazi əsası isə ehtimal nəzəriyyəsi, riyazi statistika, əməliyyatların tədqiqi metodlarından ibarətdir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu paradiqmadan istifadəni nəzərdə tutan logistik obyektlərin modelləri müəyyən mənada abstrakt olmaqla kifayət qədər böyük ölçüyə malikdir. Belə modellərin bir sıra dəyişənləri keyfiyyət xarakteristikasına

malik olduqlarından sadə analitik qərarların alınması proseduru çətinləşdirir. Bu nöqteyi – nəzərdən də qeyd olunan modellərin hər vaxt qurulması və tətbiqi iqtisadi baxımdan əlverişli olmur.

Xarici ölkələrdə marketinq paradiqmasının praktika-da geniş istifadə olunan formasına nümunə kimi **LRP** (Logistics Requirements Planning) sistemini - firma, ərazi – istehsal kompleksləri və makrologistik strukturlar səviyyəsində giriş, daxili və çıxış material axınlarına nəzarət sistemini - göstərmək olar. Bir çox hallarda LRP sistemi «Supply Chain Management System» (logistik mərhələlərin - dövrənin idarə edilməsi) adlandırılır. Mahiyyət etibarı ilə **LRP** sistemi bir tərəfdən bölüşdürmə və satış şəbəkələrində, digər tərəfdən isə istehsaldaxili bölmələrdə ehtiyatların idarə edilməsinə konseptual marketinq yanaşması üçün; habelə material resurslarına tələbatın proqnozlaşdırılması, hazır məhsullara tələb və nəqliyyat vasitələrinə tələbat; optimal logistik mərhələnin müəyyənləşdirilməsi üçün bir növ təminat yaradır.

Praktiki məsələlərin həll edilməsi məqsədilə logistik sistemin qurulması üçün göstərilən hər üç paradiqmanın kombinəlaşdırılmış formasından istifadə olunur. Bununla yanaşı son vaxtlar qərb ölkələrində yeni logistik paradiqmadan (bəzi mütəxəssislər bunu inteqrativ paradiqmada adlandırırlar) aktiv istifadə olunması intensiv xarakter alıb. Bu paradiqma mahiyyət baxımından müasir mərhələdə biznes fəaliyyətinin obyektiv ilkin şərtlərini nəzərə almaqla sanki marketinq paradiqmasının inkişaf etmiş forması hesab edilir

Inteqrativ logistik paradiqmanın əsas ilkin şərtləri:

- firma və şirkətlərin rəqabət imkanlarının reallaşdırılmasında strateji element kimi bazar mexanizmi və logistikanın yeni anlamda, səpkidə başa düşülməsindən;
- logistik əməkdaşlar arasında kifayət qədər perspektiv inteqrasiya əlaqələrinin və inkişaf etmiş iqtisadi

münasibətlərin mövcudluğundan;

- texnoloji imkanlar, xüsusilə çevik avtomatlaşdırılmış istehsal və informasiya - kompyüter texnologiyası sahəsinin radikal dəyişikliklərə məruz qalması və nəticədə məhsul istehsalı və mübadiləsi sferalarının idarə edilməsi və onlara nəzarət olunması prosesində yeni perspektiv imkanların yaranmasından ibarətdir.

Bazarda fəaliyyət göstərən hər bir təsərrüfat subyekti özünün rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün çevik və dinamik olmalıdır. Yəni, bazar mühitində və hazır məhsulların tələb paketində əmələ gələn, baş verən müvafiq dəyişikliklərə təşkilati – iqtisadi nöqtəyi - nəzərdən adekvat cavab verməli, tez uyğunlaşmalıdır. Fəaliyyətlərini bu prinsip əsasında qurmayan, real bazar mövqeyindən çıxış etməyən istehsalçı firma və şirkətlər təbii ki, uzun müddət bazar dayanıqlığını saxlaya bilmir və analoji məhsul istehsalçıları üçün bir növ çıxdaş edilmiş «rəqibə» çevrilirlər. Burada ən mühüm, əhəmiyyət kəsb edən məqam məhz qeyd olunduğu kimi **z a m a n** amilidir. Yəni, satış bazarının (ayrı-ayrı seqmentləri də daxil olmaqla) konkret vaxt kəsiyində istehlakçının və ya istehlakçı qrupunun hansı məhsula və ya məhsul çeşidinə real tələbatını dəqiq müəyyənləşdirmək lazım gəlir. Bunun üçün isə hər şeydən əvvəl logistik həyat dövrünün ayrı-ayrı mərhələlərindən (fazalardan) məmulatın keçməsinə, elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinə, xammal və materialın göndərilməsinə, hazır məhsulun istehsalına, sifarişlərin qəbul olunması və emalına, hazır məhsulun bölüşdürülməsi və satışına sərf olunan vaxtın azaldılması tələb olunur. İstehsal dövrünün azaldılması üçün firma və şirkətlər istehsalın dar səviyyədə ixtisaslaşdırılmasına daha çox üstünlük verirlər. Bu, bir tərəfdən firmaları istehsalın zəruri material resursları ilə operativ təmin edilməsinə, artıq istehsal ehtiyatlarının yaranması hallarının aradan qaldırılmasına, istehsalın səmərəli təşkilinə imkan verirsə və onların manevr imkanlarını artırarsa, digər tərəfdən hazır

məhsulların bölüşdürülməsi üzrə şəbəkələrdə fəaliyyət göstərən logistik vasitəçilərlə integrativ əlaqələrin qurulmasına ehtiyac yaradır.

Müasir integrativ logistikada **z a m a n** amilinin belə xüsusi əhəmiyyət daşıması «istehsal dövrünün uzunluğu menecmenti» (Time-Based management) və ya «istehsal dövrünün uzunluğu logistikası» (Time-Based logistics) termininin meydana gəlməsinə ilkin şərait yaratdı.

Mövcud iqtisadi şəraitdə bazar münasibətlərinin mürəkkəbləşməsi və rəqabətin güclənməsi aşağıdakı əsas məqamlarla ifadə olunan logistik sistemlərin transformasiyasına gətirib çıxarır:

- material və informasiya axınlarının mürəkkəbliyi, hərəkət sürəti və intensivliyi artır. Logistik vasitəçilər arasında qarşılıqlı maliyyə münasibətləri çətinləşir;

- logistik dövrdə iştirakçıların (agentlərin) sayı azalır. Təşkilati – iqtisadi münasibətlər baxımından isə logistik sistemlərdə qarşılıqlı əlaqələr kəmiyyətə minimum səviyyəyə çatır və bu əlaqələrin mürəkkəbliyi artır;

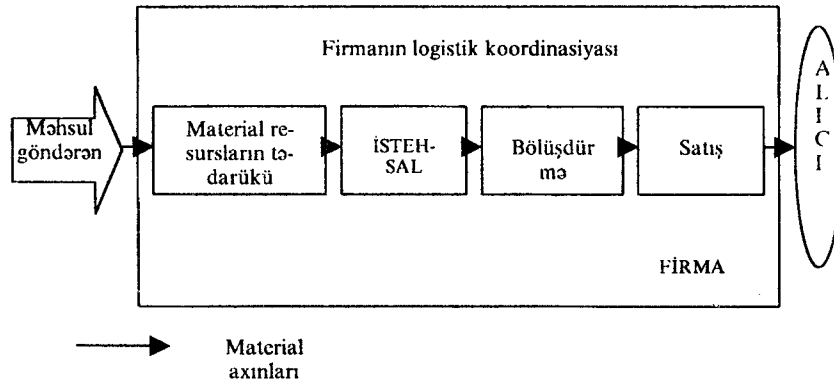
- istehsal və bölgü şəbəkələrində material ehtiyatlarının praktiki olaraq yaradılmaması və ya ləğv edilməsi nəticəsində logistik dövrünün etibarlılığı azalır.

Bütün bu qeyd olunan amillər logistik sistemlərin potensial formada qeyri-mükəmməlliyinə, dayanıqsızlığına, nəticə etibarlı ilə isə logistik sistemlərin transformasiyasına səbəb olur. Buna görə də biznes fəaliyyəti sahəsində strateji məqsədlərə nail olması üçün logistik sistemlərin etibarlılığını yüksəltmək və dayanıqlığını artırmaq lazımdır. Bundan ötrü isə hər bir təsərrüfat subyekti logistik dövrünün özü ilə, eləcə də və mütəmadi dəyişən xarici mühit arasında uzunmüddətli integrasiya əlaqələri qurmalıdır. Yaranan integrasiya əlaqələri logistik sistemlərin mükəmməl, sabit və etibarlılıq faktoru kimi çıxış edir, ona zəmanət verir. Təbii ki, bu məsələnin həllində müsbət nəticələrin əldə olunması üçün yuxarıda sadalanan, ənənəvi paradigmalardan istifadə olunması məq-

sədəuyğun deyil. Əvvəla, birinci, analitik paradiqmanın adekvat üsullarla mürəkkəb dinamik sistemlərin formalaşdırılmasına gücü çatmır. İnkişaf mərhələsinə görə ikinci hesab olunan texniki paradiqmanı dəyişən bazar şəraitinə uyğunlaşdırmaq üçün göstərilən cəhdlər isə biznesin yeni təşkilati - iqtisadi strukturu baxımından ierarxiya (inzibati amirlik) sisteminə xas olan «resurslara tələbatın planlaşdırılması» və ya «optimal istehsal texnologiyası» ideologiyasının bir növ yeniləmiş formada tətbiqinə və genişlənməsinə gətirib çıxarır. Üçüncü, marketinq paradiqmasının tətbiqi əlahiddə götürülmüş şəkildə optimal qərarların alınmasına imkan versə də konstruktiv inteqral yanaşmaları təmin etməyən yeni problemlər yaradır. Bütün bu qeyd olunan çatışmazlıqları aradan qaldırmaq üçün yeni – inteqrativ paradiqmaya böyük ehtiyac yarandı.

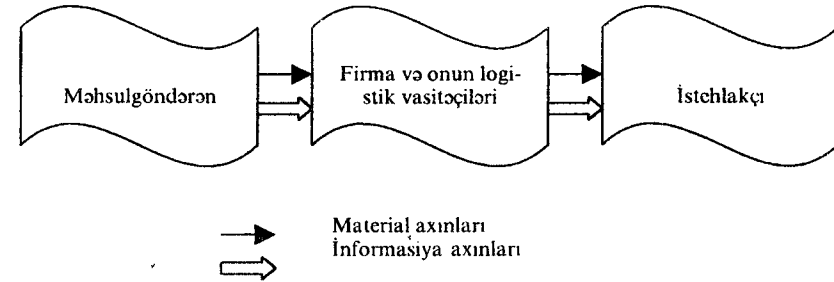
Yeni-inteqrativ paradiqma mahiyyətə biznesin qarşıya qoyduğu məqsədlərə nail olunması üçün material axınlarının hərəkəti ilə əlaqədar yerinə yetirilən müxtəlif əməliyyatlara və funksiyalara qarşılıqlı asılılıq və əlaqə formasında baxılmasını nəzərdə tutur. İnteqrativ paradiqmanın mahiyyətini daha geniş şəkildə açıqlamaq üçün aşağıdakı sxemdən istifadə olunur.

a)



a) variantında – təqdim edilən şəkil biznesin spesifik funksiyalarına (tədarükat, istehsal, satış və müvafiq nəzəri aparat - injiring, mikroiqtsadiyyat, istehsalın təşkili, əməli menecment, fiziki bölüşdürmə) əsaslanan ənənəvi logistik yanaşmanı əks etdirir. Bu mənada logistikanın konseptual mövqeyi məhsulgöndərmə mərhələsindən son istehlakçılara - alıcılara qədər icra olunan ayrı-ayrı logistik funksiyalar arasında material axınlarının idarə edilməsi ilə bağlı inteqrativ potensialı özündə əks etdirir.

İnteqrativ paradiqmaya əsaslanan logistikanın yeni perspektivləri b) variantında göstərilən şəkildə verilmişdir.



Şəkil 2.1. Logistikanın inteqrativ paradiqması:

a - ənənəvi logistik yanaşma;

b - inteqrativ logistik yanaşma

Bu model inteqrator kimi material və onlara bərabər tutulan informasiya axınlarının hərəkətini dəqiq və aydın göstərir. Məhsulgöndərənlər istehlakçı sifarişləri əsasında ayrı-ayrı məhsulların göndərilməsində logistik dövrdə ayrıca funksional vəzifə icra edən vasitəçilərlə iş birliyi qurur və onlardan bölgü və satış şəbəkələrində istifadə etməklə konkret məhsulları məqsəd bazarına çatdırır. Deməli, material axınları özlərinin hərəkəti yolunda bir - birilə inteqrativ

əlaqədə olan müxtəlif bazar subyektlərindən keçməklə istehlakçılara (alıcılara) çatdırılır. Aydın ki, material resurslarının zaman və məkan baxımından istehlakçını təmin etməsi hər şeydən əvvəl logistik dövrədəki iştirakçılar arasında inteqrasiya əlaqələrinin səviyyəsindən çox asılıdır. İnteqrativ əlaqələrin etibarlılığı və uzun müddətliyi material resurslarının dövr sürətinin yüksəldilməsinə, istehsalçı, istehlakçı və logistik vasitəçilərin maliyyə vəsaitlərinin dondurulması hallarının aradan qaldırılmasına, resursların mübadilə sferasından tez ötürülməsinə, istehsalın fasiləsizliyinə və s. əlverişli şərait yaradır. Onu da nəzər almaq lazımdır ki, təkcə məhsulgöndərənlər, məhsul istehlakçıları, bir neçə firma, şirkət, habelə logistik vasitəçilər deyil, kompyuter – informasiya sistemləri və maliyyə institutları da inteqrativ funksiyaların tətbiq sahəsinə daxil edirlər. Burada yeganə zəruri şərt göstərilən obyektlər (inteqrallaşdırılmış logistik sistemlərin elementləri) arasında ya idarə edilən material axınları ilə vasitəsiz, ya da informasiya və maliyyə axınları ilə vasitəli formada qarşılıqlı əlaqələrin mövcudluğundan ibarətdir. Beləliklə, yeni paradıqmaya uyğun olaraq logistik sistemlər məhsulgöndərənlər də daxil olmaqla son istehlakçılara qədər logistik dövrənin bütün həlqələrində biznesin məqsədinin reallaşdırılmasına xidmət göstərən vahid, bütöv, inteqral bir sistem kimi nəzərdən keçirilir.

Logistikanın inteqrativ paradıqması biznesə, biznes fəaliyyətinə yeni məna çalarları gətirdi. Daha doğrusu, burada biznesin konkretləşdirilmiş məqsədinə uyğun olaraq istehlakçı sifarişlərini tam və dolğun ödəmək üçün ayrıca götürülmüş hər bir firmaya və şirkətə material axınlarının vahid inteqrativ idarə edilməsi prosesləri ilə birbaşa və dolayı əlaqədar aktiv logistik mərkəz kimi baxıldı. Təsərrüfat subyektləri yerinə yetirdikləri əməliyyatların xarakterik cəhətlərindən, spesifik xüsusiyyətlərindən asılı olaraq həm məzmunca, həm də formaca keyfiyyət dəyişikliklərinə məruz qaldılar. Belə inteqrativ yanaşmanın əsasını:

- keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi konsepsiyası;
- məhsulun keyfiyyətinə nəzarətin yapon sistemi;
- hazır məhsulların bölüşdürülməsinin inteqrativ sistemi;
- «dəqiq vaxtında» konsepsiyası;
- «dartma» və «itələmə» sistemləri və s. təşkil edir.

İnteqral paradıqmanın bazasında logistik kanallara xidmət göstərən ISCIS (Integrated Supply Chain Information System) inteqrallaşdırılmış informasiya sistemləri yaradıldı. ISSIS sistemi «on line» rejiminin köməyi ilə telekommunikasiya şəbəkələrində material (informasiya) axınları üzrə məlumatların operativ işlənməsini həyata keçirir və makro və mikrosəviyyədə logistik sistemlərin inteqrativ əlaqəsini nəzərdə tutur. Bu tip sistemlərin informasiya təminatı vahid formada - ISO 9735 – EDIFACT beynəlxalq standartına uyğun aparılır.

İnteqral paradıqmadan beynəlxalq səpkili makrologistik strukturların yaradılmasında geniş istifadə olunur. Məsələn, BMT - nin beynəlxalq proqramı çərçivəsində dünya ticarət əməliyyatlarının aparılması və onun iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi üzrə (1995- 2005- ci illər üçün UNCTAD proqramı) Trade Point (ticarət mərkəzi) beynəlxalq şəbəkənin yaradılması məhz inteqral logistik konsepsiyaya əsaslanır.

Beləliklə, firmadaxili inteqrativ logistik sistemlərdə material axınlarına məmulatın həyat dövrünün bütün - ideyaların verilməsindən məhsul istehsalı, bölüşdürmə, satış, satışdan sonrakı servis xidmətinin göstərilməsinə qədər (bundan sonra istehlakçıların dəyişən tələblərinə uyğun olaraq dövr yeniləşir, təkrarlanır) mərhələlərini birləşdirən inteqrativ faktor kimi baxılır.

Yeni – inteqrativ paradıqmaya uyğun olaraq logistika anlayışına da yeni kondeksdən yanaşma tələb olunur. Bu kondeksə görə logistika « ... firma və şirkətlərdə, habelə onun biznes üzrə tərəfdaşlarında inteqrator kimi material

axınlarının strateji, taktiki və əməli baxımdan ümumi tərəflərini özündə birləşdirir».

Burada istifadə olunan «ümumi tərəf» anlamı o deməkdir ki, logistik fəaliyyət hər şeydən əvvəl istehsalın təşkili və keyfiyyətin idarə edilməsi üzrə müxtəlif konsepsiyaları tətbiq edən təşkilat vahidlərinin potensial sinerjiyasını nəzərdə tutur, ona istiqamətlənib.

«Strateji, taktiki, əməli» sözlərinin iqtisadi mənə yükü çıxış nöqtəsi kimi mövcud sistemin fəaliyyətindən daha çox, onun əsas məqsədini ifadə etməkdən ibarətdir.

«Firma və şirkətlər, habelə onun biznes üzrə tərəfdaşlar» sözləri isə logistik vasitəçilərin məhsul istehsalçılarna biznes üzrə məqsədlərinin (məsələn, yüksək bazar mənfəətinin əldə edilməsi) reallaşmasında köməklik göstərilməsini nəzərdə tutur. Təbii ki, bu zaman biznes üzrə tərəfdaşların ali məqsədləri heç də diqqət mərkəzindən yayınmır. Daha doğrusu, «firma və şirkətlər, habelə biznes üzrə tərəfdaşlar» ifadəsi o deməkdir ki, istehsalçı firmalar özlərinin iqtisadi tərəfdaşlarının - dilerlər, ticarət vasitəçiləri, məhsulların fiziki bölüşdürülməsi ilə məşğul olan kompaniyalar, banklar və s. maraqlarını mütləq nəzərə almalıdır.

«İnteqrator kimi material axınları» ifadəsi isə bir sıra müstəqil aktivlərdən fərqli olaraq material axınlarına logistik sistemin vahid məqsədi baxımından yanaşılmasını nəzərdə tutur.

Yuxarıda qeyd olunanları ümumiləşdirərək demək olar ki, material axınları logistikanın tədqiqat və optimallaşdırma obyektini təşkil edir. Logistikanın yeni – inteqrativ paradiqması isə həm firmadaxili, həm də müxtəlif makrosəviyyələrdə (məsələn, regional və beynəlxalq və s.) biznesin təşkili zamanı situasion və kombinasiyon perspektivləri özündə birləşdirir. Bu zaman əhəmiyyət kəsb edən vacib məqam logistik strukturların fəaliyyət göstərən elementləri məsələn, mənfəətin maksimumlaşdırılması və ya logistik xərclərin minimumlaşdırılması arasında, lokal optimallaşdırma mey-

arının və ya meyarlarının tapılmasından ibarətdir. Yəni, material axınlarını yaranma mənbələrindən son istehlak yerlərinə qədər nəqliyyat vasitələrindən optimal istifadə etməklə minimum zəruri xərclərlə tələb olunan vaxtda çatdırmaq üçün logistik dövrənin hər bir iştirakçısı (strukturu) «minimum xərc - maksimum mənfəət» göstəriciləri arasında optimal tarazlığı təmin edən meyarları axtarıb tapmalıdır.

Logistikanın inteqrativ paradiqmasının yaranması və inkişafı D.Bauersoks, M. Porter, D. Eriksson, N.Xatçinson, S.Moller, Dc. Yuxanson kimi xarici alim və mütəxəssislərin apardıqları tədqiqat işləri ilə bağlıdır.

2.2. LOGİSTİKANIN METODOLOGİYASI VƏ ELMİ BAZASI

Logistikanın ayrı-ayrı paradiqmalarını nəzərdən keçirən zaman logistik tədqiqatlarda nəzəri və praktik nöqtəyi - nəzərdən istifadə olunan bir sıra metodoloji və elmi aspektlərə toxunuldu. Konseptual baxımdan logistikanın və logistik menecmentin müasir nəzəriyyəsi aşağıdakı metodologiyalara əsaslanır:

- sistemli təhlil;
- kibernetik yanaşma;
- əməliyyatların tədqiqi;
- iqtisadi - riyazi modelləşdirmə.

Logistik sistemlərin təhlili və sintezi zamanı yaranan konkret problemlərin həlli üçün müxtəlif iqtisadi səviyyələrdə proqram – məqsədli planlaşdırma, funksional – sistemli təhlil, proqnozlaşdırma, modelləşdirmə və s. kimi idarəetmə metodlarından daha müfəssəl istifadə olunur.

Logistikanın elmi bazasını geniş spektrli fənlər:

- riyaziyyat (ehtimal nəzəriyyəsi, riyazi statistika, təsadüfi proseslər nəzəriyyəsi, optimallaşdırmanın riyazi nəzəriyyəsi, funksional və faktorial analiz, matrislər nəzə-

riyyəsi və s.);

- əməliyyatların tədqiqi (optimallaşdırmanın riyazi metodları, xətti, qeyri - xətti və dinamik proqramlaşdırma, işgüzar oyunlar nəzəriyyəsi, statistik həllər nəzəriyyəsi, kütləvi xidmət nəzəriyyəsi, ehtiyatların idarə edilməsi, imitasiya modelləşdirilməsi metodları, şəbəkə planlaşdırması və s.);

Optimallaşdırmanın riyazi metodları məchullar üzərində məhdudiyət şərtləri qoyan bir neçə funksiyanın ekstremum (maksimum və minimum) qiymətinin tapılmasının nəzəri prinsiplərini özündə cəmləşdirir.

Xətti proqramlaşdırma riyazi proqramlaşdırmanın əsas bölməsi olmaqla məhdudiyət şərtləri və məqsəd funksiyası xətti formada verilən və ya məqsəd funksiyasına və məhdudiyət şərtlərinə daxil olan məchullar birinci dərəcəli məsələlərin analitik həllini həyata keçirir. Məhdudiyət şərtləri və məqsəd funksiyası xətti formada olan məsələnin maksimum və minimum qiyməti tapılırsa, onda həmin məsələ xətti proqramlaşdırma məsələsi adlanır.

Qeyri - xətti proqramlaşdırma məsələsinə məqsəd funksiyası, yaxud məhdudiyət şərtləri və ya hər ikisi qeyri-xətti formada verilən məsələlər aid edilir. Buna görə də qeyri-xətti asılılığa aid edilən məsələlərin optimallaşdırılmasında riyaziyyatın qeyri-xətti proqramlaşdırma istiqaməti meydana çıxır. Qeyri-xətti asılılığa nümunə olaraq optimallıq kriteriyası transsaksiyon xərclərin səviyyəsinin dəyişməsi nəzərə alınmaqla məsələ, mənfəətin yüksəldilməsindən ibarət olan material axınlarının hərəkətinin optimallaşdırılması məsələsini göstərmək olar. Lakin praktika da qeyri - xətti proqramlaşdırmanın hər hansı məsələsini həll etmək üçün hələlik heç bir dəqiq metod işlənilməmişdir.

Dinamik proqramlaşdırma məsələlərini xarakterizə edən əsas cəhət onun parametrlərinin vaxta görə dəyişməsi və ya dinamik xarakter daşmasıdır. Dinamik proqramlaş-

dırma məsələlərinin fərqləndirici xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, burada məsələnin həlli ayrı-ayrı ardıcıl mərhələlərə bölünür və hər bir intervala daxil olan məchullar növbəti mərhələdə tapılır.

Oyunlar nəzəriyyəsi tətbiqi riyaziyyatın yeni istiqaməti olmaqla, hadisə və proseslərin baş verməsi və ya gedişinin kəmiyyət qanunauyğunluqlarını öyrənir. Oyunlar nəzəriyyəsinin əsas məqsədi hadisə və ya prosesin gedişatı zamanı kəmiyyət baxımından əsaslandırılmış konkret qərarlar qəbul etməkdir. Oyunlar nəzəriyyəsinə çox hallarda təsərrüfat praktikasında rast gəlinən münaqişəli – ziddiyətli stiuasiyadan çıxış nəzəriyyəsi də adlandırılır. Bu nəzəriyyənin tətbiqi ilə iki və ya daha artıq bir – birinə zidd olan variantlardan səmərəli plan variantı seçilir.

Statistik həllər nəzəriyyəsi riyazi - statistikaya yaxın olan metoddur. Statistik həllər nəzəriyyəsinin əsasını kütləvi təsadüfi hadisələrin kəmiyyət qanunauyğunluğunu öyrənən ehtimal nəzəriyyəsi təşkil edir. Ehtimal nəzəriyyəsinin elmi – prinsiplərindən istifadə olunması, tətbiq olunan statistik prinsiplərin ehtimallı kəmiyyətlər formasında ifadə olunmasına imkan verir.

Kütləvi xidmət nəzəriyyəsi – kütləvi xidmət olunan prosesin qanunauyğunluğunu öyrənir və onun əsasında xidmət sisteminin idarə olunmasının səmərəli metodlarını hazırlayır. Kütləvi xidmət sistemində praktiki fəaliyyətin müxtəlif sahələrində rast gəlmək olar. Kütləvi xidmət nəzəriyyəsinin metodları xidmət prosesinin səmərəli təşkilinə və kütləvi xidmət sisteminin səmərəli fəaliyyət göstərməsinə imkan yaradır (xidməti gözləmə vaxtı azaldılır və xidmətə sərf olunan xərclər ixtisar edilir). Kütləvi xidmətlər nəzəriyyəsinə növbələr nəzəriyyəsi mühüm rol oynayır. Bu nəzəriyyə xidmət sisteminin buraxılış qabiliyyəti məhdud olduqda, obyektə xidmət olunmaq üçün müəyyən qədər növbə gözləməli olan predmet (şəxs) üçün xidmətin səmərəli metodlarını işləyib hazırlayır.

- texniki kibernetika (böyük sistemlər nəzəriyyəsi, proqnozlaşdırma, idarəetmənin ümumi nəzəriyyəsi, avtomatik tənzimləmə, identifikasiya, informasiya, rabitə, cədvəl, optimal idarəetmə nəzəriyyəsi və s.);

- iqtisadi kibernetika və iqtisadiyyat (optimal planlaşdırma nəzəriyyəsi, iqtisadi proqnozlaşdırma nəzəriyyəsi, marketing, menecment, strateji və əməli planlaşdırma, istehsal (operativ) menecmenti, qiymətin əmələ gəlməsi, keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi, heyətin idarə edilməsi, mühasibat uçotu, layihələrin idarə edilməsi, investisiyaların idarə edilməsi, sosial psixologiya, nəqliyyatın iqtisadiyyatı və təşkili, anbar təsərrüfatı, ticarət və s.).

Sadalanan bu elmi baza bir daha təsdiq edir ki, insan cəmiyyəti son illərdə müasir logistik tədqiqatlarda intensiv istifadə olunan böyük elmi potensiala malikdir. Retrospektiv dövrdə logistik menecmentin əlverişli hesab olunan müvafiq metod və üsullarının köməyiylə logistik sistemlərin təhlili və layihələşdirilməsi zamanı çoxlu metodoloji prinsiplər işlənmiş və sınaqdan çıxarılmışdır. Belə metodoloji prinsiplərə əsasən aşağıdakılar:

- **Sistemli yanaşma.** İdarəetmənin vahid məqsədinə nail olunması üçün logistik sistemin bütün elementlərinin qarşılıqlı əlaqəsi və qarşılıqlı fəaliyyətini nəzərdə tutur. Sistemli yanaşmanın ən əsas fərqləndirici cəhəti logistik sistemi təşkil edən hər bir elementin optimal fəaliyyətinə deyil, bütünlükdə sistemin optimallaşdırılmasına nail olmaqdan ibarətdir;

- **Ümumi məsrəflər,** yəni logistik dövrdə material və onunla əlaqədar olan informasiya və maliyyə axınlarının idarə edilməsinə çəkilən məcmu xərclərin uçotu prinsipi. Təbii ki, ümumi logistik məsrəflərin minimumlaşdırılması logistik sistemlərin optimallaşdırılması zamanı əsas meyarlardan biri hesab olunur. Daha doğrusu, logistikanın başlıca məqsədi maddi istehsal və mübadilə sferasında material resurslarının hərəkəti üçün elə optimal bölüşdürmə və satış

şəbəkələri, habelə marşrutların seçilməsindən ibarətdir ki, məhz onlar material axınlarının hərəkətinə çəkilən xərclərin azaldılmasına imkan versin. Bu işə təbii ki, istehsal və tədavül xərclərindən logistik xərclərin ayrılmasına şərait yarada bilən uçot sisteminin imkanlarından birbaşa asılıdır. Buna görə də logistik dövrənin hər bir mərhələsində çəkilən xərclərin uçotu aparılmalıdır. Logistik sistem üzrə optimal meyar məhz bütün logistik dövrə üçün çəkilən xərcləri minimumlaşdırmaqdan ibarət olmalıdır.

- **Qlobal optimallaşdırma.** Fəaliyyətdə olan logistik sistemin (sistemlərin) hər bir elementi (istehsal, tədarükət, bölüşdürmə, satış, ehtiyatlar, nəqliyyat, anbar, kadr, informasiya və s.) mikrosəviyyədə təyinatlarından asılı olaraq müvafiq məqsəd funksiyasını yerinə yetirir. İstər layihələşdirilən logistik sistemlərin strukturunun, istərsə də ümumi idarəetmə proseslərinin optimallaşdırılması zamanı sistemin fəaliyyət göstərən elementlərinin (həlqələrinin) lokal məqsədləri uzlaşdırılmalıdır. Nəticə etibarilə belə uzlaşdırmanın aparılması logistik sistemlərin qlobal optimuma nail olunmasını təmin edir;

- **Logistik koordinasiya və inteqrasiya.** Bir qayda olaraq bu prinsip material, maliyyə və informasiya axınlarının logistik idarə edilməsi ilə əlaqədar ayrı - ayrı məqsəd funksiyalarının yerinə yetirilməsi, reallaşdırılması zamanı mövcud sistemin bütün həlqələrinin ümumi razılaşdırılmış formada bir - birilə operativ və strateji əlaqələndirilməsi, habelə və inteqrativ iştirakını nəzərdə tutur. Yəni, sistemin hər bir elementi özünə «qonşu» digər elementin məqsədini, iqtisadi fəaliyyət sferasını, ona təsir edən amilləri, onun potensial gücünü qiymətləndirmədən, diqqət mərkəzində saxlamadan (ətraf aləmdən təcrid olunmuş formada) fəaliyyət göstərməsi və ya yüksək iqtisadi nəticələr əldə etməsi mümkün deyil. Daha doğrusu, logistik sistemin elementləri ətraf mühitlə qarşılıqlı əlaqədə olduğundan ondan konkret iqtisadi resursları alır, sistem daxilində qısa vaxt ərzində

müvafiq işləmələr aparmaqla həmin resursları yeni keyfiyyətdə təzədən ətraf mühitə ötürür. Ətraf mühitin sərt və dəyişkən tələblərinə adekvat reaksiya vermək üçün sistemin elementləri arasında integrativ əlaqələr qurulmalıdır;

- **Modelləşdirmə və informasiya – kompyüter təminatı.** Logistik sistem və həlqələrdə obyekt və proseslərin təhlili, layihələşdirilməsi və optimallaşdırılması zamanı riyazi, iqtisadi-riyazi, qrafik, fiziki, imitasiya və s. kimi müxtəlif modellərdən istifadə olunur. Qeyd olunan modellərin tətbiqinə əsaslanan informasiya-kompyüter təminatı olmadan müasir logistik menecmentin praktiki nöqtəyi - nəzərdən reallaşdırılması mümkün deyil. Təbii ki, xammal, material və yarım-fabrikatlar ilkin mənbədən son istehlak yerlərinə qədər axın – hərəkət prosesində müxtəlif logistik əməliyyatlara məruz qalır. Axın prosesinin müxtəlif marşrutlar üzrə həyata keçirilməsi və əməliyyatların mürəkkəbliyi logistik menecmentlərdən operativ idarəçilik üçün istənilən növ material resurslarının logistik dövrünün hansı mərhələsində olması, bu mərhələyə çatana qədər çəkilən logistik xərclərin həcmi, növbəti logistik əməliyyatın maliyyə tutumu, seçilən nəqliyyat növü və s. haqqında mütəmadi olaraq informasiyalar tələb edir. Logistik menecment logistik sistem və onun xarici mühitində baş verən iqtisadi - logistik prosesləri nəzarətdə saxlaması məqsədilə mütləq informasiya - kompyüter təminatına malik olmalıdır. Belə təminat menecerlər üçün material resurslarının logistik dövrünün hansı həlqəsində olmasından asılı olmayaraq operativ qərarların qəbulu prosedurunu asanlaşdırır;

- **Kompleks alt sistemlərin yaradılması.** Mahiyyət etibarlı ilə bu prinsip logistik menecmentin texniki, iqtisadi, təşkilati, hüquqi, kadr, ekoloji və s. kimi alt sistemlərlə təmin edilməsindən ibarətdir. Daha doğrusu, ümumi logistik idarəetmə sadalanan alt sistemlər üzrə müvafiq bazaya malik olmalıdır. Bu alt sistemlər logistik idarəetmənin həyata keçirilməsini bir növ təmin edir, ona şərait yaradır. Müvafiq

bazar subyektlərinin təsərrüfat fəaliyyətini tənzimləyən normativ hüquqi baza olmadan istehsalçı, məhsulgöndərən və istehlakçılar arasında heç bir normal iqtisadi münasibətlər yaratmaq mümkün olmur. Kadrların ixtisas dərəcələrinin artırılması və peşəkar kadr potensialının yetişdirilməsi firma və şirkətlərin ən vacib və mühüm problemi hesab olunur. Peşəkar kadr potensialına malik təsərrüfat subyektləri logistik əməliyyatların tələb olunan vaxtda və keyfiyyətdə icra edir, məhsulun keyfiyyətinin yüksəldir, firma haqqında yüksək imic formalaşdırır və son nəticədə onun bazar payını artırır. Təşkilati baxımdan sadə və çevik quruluşa malik firma və şirkətlərin müasir texniki vasitələrin (müasir anbar qurğuları və şəbəkələri, çevik istehsal sistemləri, mobil nəqliyyat parkı, son nəsil fərqi EHM və s.) köməyi ilə iqtisadi situasiyadan asılı olaraq manevretmə imkanları yüksəkdir və onlar logistik funksiyaları tələb olunan səviyyədə həyata keçirirlər. Məsələn, xüsusi nəqliyyat parkına malik və tədarükat bazarında satıcı qismində çıxış edən firmalar məhsuldaşımalarla bağlı problemləri öz texniki vasitələri hesabına həll etdiklərindən logistik servis xidmətlərinə ehtiyacı olan daha artıq istehlakçı qrupunu stimullaşdırma, cəlb edə bilirlər. Bu tip stimullaşdırma tədbirlərinin aparılması işə firmaya tədarükat bazarında rəqabət üstünlüyü qazandırır və istehlakçıların yaranan ixtiyari tələb və sifarişlərini əvəlcədən qarşılamaq imkanı verir;

- **Keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi.** Bu son istehlakçılara göndərilən məhsulların və göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması məqsədilə logistik sistemin hər bir elementinin etibarlı fəaliyyəti və yüksək keyfiyyətli işi ilə təmin edilir. İstehlakçıların daha keyfiyyətli məhsul və xidmətlər tələb etməsini nəzərə alan məhsulgöndərənlər və istehsalçılar keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi konsepsiyasına malik olmalıdırlar. Məhsulun keyfiyyətinin təyinat, etibarlılıq, uzunömürlülük, texnoloji, standartlaşdırma, erqonometrik, patent-hüquq, estetik, iqtisadi, kvalimetrik və s. gös-

təricilər üzrə yüksəldilməsi iqtisadi artımın ən mühüm amili və istehsalın inqtenzivləşdirilməsinin ən vacib şərtidir. Azad bazar iqtisadiyyatının atributları hesab olunan aşağı qiymət və yüksək keyfiyyət faktorları məhsul istehsalçıların bazar fəaliyyətinin təməl prinsipini təşkil edir. Qiymət və keyfiyyətin məhsul istehlakçıları üçün məqbul hesab olunan kəşimə nöqtəsi bütövlükdə logistik sistem və ya onun iştirakçılarının əməli fəaliyyətinin nəticəsi olmaqla bərabər tələblə təklifin ödənilmə dərəcəsini xarakterizə edir. Daha doğrusu, məhsulun keyfiyyəti onun təyinatı ilə qırılmaz surətdə bağlıdır. Praktiki təcrübə bir daha sübut edir ki, istehsal prosesində keyfiyyətli hesab olunan məhsullar istismar prosesi zamanı istehlakçı tələbini tam ödəmir. Yəni, istismar prosesi konkret insan tələbatını ödəyən məhsulun həqiqi məhsul olduğunu təsdiq edir. Odur ki, keyfiyyətli məhsul istehsalı xaraktercə logistik dövrənin bütün - istehsal yerlərinin tələb olunan parametrlərə uyğun ilkin xammal və materiallarla təmin edilməsi, onların istehsal prosesinə daxil edilməsi, texnoloji rejimə riayət olunması, hazır məhsulların istehlakçılara göndərilməsi və istismarı mərhələlərini əhatə edən mürrəkkəb prosesdir. Təbii ki, bu prosesin idarə edilməsi keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi konsepsiyasına əsaslanır və onunla qiymətləndirilir;

- **Bütün funksiyaların və texnologi qərarların humanitarlaşdırılması.**

Logistik sistemin əsas elementlərindən biri öz funksiyasını tələb olunan səviyyədə və məsuliyyətlə yerinə yetirən xüsusi hazırlanmış kadrlardır. Material axınlarının idarə edilməsi sferasında bir qayda olaraq çevik və peşəkar kadrlara böyük ehtiyac olduğundan həmişə kadr problemi yaranıb.

Logistik yanaşma material axınlarının idarə edilməsi sferasında fəaliyyətin ictimai əhəmiyyətini artıraraq bu sahəyə böyük əmək potensialına malik kadrların cəlb edilməsi üçün obyektiv şərait yaradır. Bu zaman yüksək idarəetmə

səviyyəsinə malik kadr heyətinin bu sferaya cəlb edilməsi ilə yanaşı onlar üçün tələb olunan zəruri əmək şəraitinin də yaradılması və mövcud şəraitin tələb olunan standartlar səviyyəsinə çatdırılması, yaxşılaşdırılması ən ümdə məsələlərdən biri olmalıdır. Müasir iş şəraitinin yaradılması zəruriyyəti bütün bərabər şərtlər daxilində məhsul istehsalı zamanı texnoloji əməliyyatların ətraf mühitə neqativ təsir göstərən cəhətləri ləğv edilir, aradan qaldırılır;

- **Servis xidmətinin müasir səviyyədə çevikliyinə, etibarlılığına və yüksək keyfiyyətinin təmin edilməsi.**

Məlumdur ki, hal hazırda istehsal edilən bir çox məhsul növlərinin keyfiyyətinin kəskin sürətdə yüksəldilməsi imkanları olduqca məhduddur. Ona görə də sahibkarların əksər hissəsi öz məhsullarının rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün logistik xidmətdən geniş istifadə edirlər. Bu zaman nəzərə almaq lazımdır ki, məhsul göndərmələr zamanı istehlakçılar daha yüksək səviyyəli servis xidməti təklif edən və ya göstərən firma və ya müəssislərə üstünlük verirlər;

- **Logistik sistemlərin ətraf mühitin qeyri – müəyyənlik şəraitinə uyğunlaşması.**

Bir qayda olaraq logistik sistemlər qeyri - müəyyənlik şəraitində fəaliyyət göstərirlər. Məhsul və xidmətlərin kəmiyyəti, tələb və təkliflə bağlı bazar konyukturasının dəyişməsi, nəqliyyatın işinə təsadüfi xarakterə malik proseslərin təsiri və s. material axınlarının idarə edilməsi və təşkilində konkret çətinliklər yaradır. Belə bir şəraitdə logistik sistemlərin ən ümdə vəzifəsi mövcud şəraitə uyğunlaşmaq qabiliyyətidir. Əgər logistik sistemlər mövcud şəraitə uyğunlaşa bilirlərsə, onda nəticə etibarlı ilə istər tədarükat bazasında, istərsə də satış bazasında nisbi sabitlik yarana bilər.

Qeyd olunan bu prinsiplərdən istifadə xammal, material və hazır məhsulların dəqiq vaxtında göndərilməsinə əlverişli şərait yaradır, tədavül sferasında ehtiyatların əhəmiyyətli dərəcədə azaldılmasına imkan verir. Bir sözlə logis-

tika bütünlüklə istehlakçı tələbinin ödənilməsinə istiqamətlənir, ona işləyir. Buna görə də logistik dövrdə satış funksiyası altı şərt üzrə - yük, keyfiyyət, kəmiyyət, vaxt, xərclər və təyinat məntəqəsi üzrə həyata keçirilir.

Logistik menecment praktikasında metodologiya və nəzəri tədqiqatın nəticələrindən istifadə etmək üçün qərb dövlətlərində alim və mütəxəssislərin əməli fəaliyyətlərini əlaqələndirə bilən çox saylı logistik cəmiyyətlər, təşkilatlar, assosiasiyalar və institutlar yaradılıb. Belə cəmiyyət və təşkilatlara, institut və assosiasiyalara nümunə olaraq ABŞ – da istehsalın və ehtiyatların idarə edilməsi problemləri ilə məşğul olan Amerika cəmiyyəti, menecment problemləri üzrə Amerika şurası, nəqliyyat və logistika üzrə Amerika cəmiyyəti, material menecmenti üzrə beynəlxalq cəmiyyətləri göstərmək olar. ABŞ ilə yanaşı Avropada da az-çox tanınmış aşağıdakı logistik təşkilatlar məsələn, Böyük Britaniyanın ehtiyatların idarə edilməsi və istehsal cəmiyyəti; Logistika institutu və bölüşdürmənin idarə edilməsi (Böyük Britaniya), Logistika mərkəzi (İspaniya); Fransanın istehsalda logistika cəmiyyəti; İtaliya, Almaniya, İsveçrə də logistik assosiasiyalar fəaliyyət göstərir. Sadalanan logistik cəmiyyətlərin hər biri mənzil - qərargahları Brüssel şəhərində yerləşən Avropa logistik assosiasiyasına daxildirlər.

Bundan əlavə xarici ölkələrdə logistik məsələlərin tədqiqi ilə məşğul olan çoxlu sayda jurnallar və digər dövrü məcmuələr nəşr olunur. Belələrindən az – çox tanınanları: “Inbound Logistics” , “Distribution”, “International Journal of Logistics Management”, “Journal of Purchasing and Material Management”, “Journal of Business Logistics” , “Modern Material Handling”, “Proceedings of the Annual Conference of the Council of Logistics Management”, “Production and Inventory Management”, “Transportation Journal” (ABŞ), “Asia Pacific International Journal of Physics Distribution and Logistics Management”, “Containerisation International”, “International Journal of

Physical distribution and Logistics Management”, “Freight Management”, “Journal of Transport Economics and Policy”, “Logistics Information Management” , “Logistics”, “Storage Handling Distribution” (Böyük Britaniya), “Logistics and Transportation Review”, “Canadian and Transportation Distribution Management” (Kanada), “Forderung und Heben”, “Fordermitte Journal”, “Logistik Specturum”, “Transport un Lager” (Almaniya), “Logistiques Magazine” (Fransa), “Logistica” (İtaliya) , “Tara” , “Transport”, “Forder - und Lagertechnik” (İsveç) və s. hesab olunur.

2. 3. LOGİSTİKADA İSTİFADƏ OLUNAN MODELƏR VƏ ONLARIN TƏSNİFATI

Material axınlarını öyrənərkən nəzərə almaq lazımdır ki, axınlar ilkin xammal mənbəyindən son təyinat məntəqəsinə – istehlakçıya qədər istehsal, nəqliyyat, bölüşdürmə, satış, anbar kimi müxtəlif vəsilələrdən keçir və bu mərhələlərin hər birində bir – birindən fərqli əməliyyatlar yerinə yetirilir, sahə mənsubiyyətli konkret məsələlər həll edilir. Bu mərhələlər – vəsilələr başqalarından texniki, texnoloji, iqtisadi və metodoloji cəhətdən təcrid olunmuş halda, yəni qapalı olur. Bu qapalı sistemlərdə təsərrüfat proseslərinin idarə olunması bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrdə geniş istifadə olunan idarəetmə və planlaşdırma metodlarına əsaslanır. Lakin qapalı sistemlərdən makrologistik, bəzi hallarda qlobal logistik sistemlərə keçid metodoloji bazanın genişlənməsini, əlavə yeni metodların tətbiqini tələb edir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi hal - hazırda logistika sahəsində nəzəri və praktiki məsələlərin həll edilməsi zamanı müxtəlif metodlardan, o cümlədən sistemli təhlil, əməliyyatların tədqiqi, proqnozlaşdırma və s. - ə metodlardan istifadə olunur.

Başqa sahələrdə olduğu kimi logistikada da modelləşdirmə metodları geniş yayılmağa başlamışdır. Material axınlarının idarə edilməsində modellərin böyük əhəmiyyəti vardır. Modelləşdirmədə məqsəd sistemin hərəkət tərzini davranışını proqnozlaşdırmaqdan ibarətdir.

«**Model**» latın sözü olub ölçü, norma, surət deməkdir. Hal - hazırda «model» sözünə ya bizi maraqlandıran hər hansı obyektin surəti, ya da obyektin və ya obyektlər sisteminin nümunəsi kimi baxılır. Öyrənilən sistem, hadisə və prosesin əsas cəhətlərinin xüsusiyyətləri və onların xarakteristikasının ümumi şəkildə yığcam təsvir edilməsi model adlanır. Model tədqiq edilən hadisə və ya prosesin – obyektin zehni və yaxud da maddi forması olub, onun öyrənilməsi bilavasitə subyektin mahiyyəti və məzmunu haqqında yeni biliklərin əldə edilməsinə imkan verir.

«Modelləşdirmə» məfhumu bilavasitə deyil, köməkçi obyektlərin təhlil edilməsi nəticəsində dərk edilən obyektin tədqiqini nəzərdə tutur. Başqa sözlə, modelləşdirmə dedikdə modellərin qurulması, öyrənilməsi və tətbiqi prosesləri başa düşülür. Modelləşdirmə tam və qismən sistem və ya proseslərin oxşarlığına əsaslanır. Modelləşdirmə obyektini kimi konkret və abstrakt predmetlər, fəaliyyətdə olan və layihələşdirilən sistemlər, habelə mövcud proseslər ola bilər. O, abstraksiya, analogiya və hipotez kimi qnescoloji kateqoriyalarla sıx əlaqədar olur.

Modelləşdirmə mühüm idrak metodudur, elmin və texnikanın demək olar ki, bütün sahələrində - texniki, bioloji, iqtisadi və s. sistemlərin öyrənilməsində əlverişli formada istifadə olunur. Modelləşdirmə metodlarından istifadə edilməsi zəruriliyi perspektiv dövr üçün iqtisadiyyatın inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsi, cəmiyyət üzvlərinin potensial tələbatının aşkar edilməsi kimi problem məsələlərin həlli ilə bağlıdır. Modelləşdirmə metodları və onun məqsədi müxtəlif olub, istifadə olunan modellərin xarakterini müəyyən edir.

Modelləri müxtəlif əlamətlərə: modelləşdirmə obyektlərinin xarakterinə, model tətbiq edilən sferaya, modelləşdirmənin əhatəliyi və dərinliyinə və s. görə təsnif etmək olar. Bizi iqtisadi, xüsusilə isə logistik sistemlərin tədqiqi maraqlandırdığından modellərin xarakterinə görə, başqa sözlə modelləşdirmə vasitələrinə görə təsnifatını nəzərdən keçirəcəyik. Bu əlamətə görə onlar maddi (əşya) və ideal modelləşdirməyə bölünür.

Maddi (əşya) modelləşdirmə öyrənilən, tədqiq edilən obyektin əsas fiziki, qrafik və funksional (riyazi) xarakteristikasını yaradan modellər əsasında aparılan tədqiqata deyilir. Maddi modellər bir qayda olaraq üç qrupa bölünür:

- **Fiziki modellər.** Müəyyən fiziki hadisə və proseslərin tədqiqində lazım olan predmetin əsas xassə və xüsusiyyətlərini əks etdirməklə, orijinalın xarici oxşarlığını özündə saxlayır. Fiziki modellərin köməyiylə obyektə gedən fiziki - kimyəvi, texnoloji, iqtisadi proseslər öyrənilir.

- **Qrafik (təsviri) modellər.** Orijinalda baş verən proseslərə toxunmadan yalnız onun xarici görünüşünü əks etdirir. Qrafik modellərə tədqiq edilən obyekt və hadisələrin həndəsi formasını əks etdirən şəkillər, çertyojlar, qrafiklər, planlar və sxemlər aid edilir. Eyni zamanda qrafik modellərə obyektin daxili quruluşunu və onun bölmələri arasında struktur (təşkilat) əlaqələrini göstərən çertyojları, cədvəlləri və sxemləri də aid etmək olar. Tədqiq edilən obyektin çertyoju və sxeminin tərtibi, onun daxili quruluşu və struktur (təşkilat) bölmələri arasında olan əlaqələri haqqında tam və aydın məlumat verir.

- **Riyazi modellər.** Tədqiq olunan obyekt və proseslərin xüsusiyyəti və xarakteristikasını tənliklər, bərabərsizliklər və funksiyalar formasında əks etdirir. Riyazi modellərdə həll olunacaq məsələnin şərtləri – hərflə, rəqəmlərlə, öyrənilən hadisə və prosesin parametrləri və dəyişənlərini əlaqələndirən formulların köməyiylə əks etdirilir. Riyazi modellər tədqiq edilən hadisə və prosesin əsas xassələrini göstərir,

onun kəmiyyət qanunauyğunluğunu müəyyən etməyə imkan verir, bu hadisə və prosesi xarakterizə edən əsas amillər arasında qarşılıqlı əlaqə və asılılığı müəyyənləşdirir, aşkar edir.

İdeal modellərin maddi modellərdən prinsipial fərqi tədqiq edilən obyektin maddi (əşya) analoquna deyil, ideal analoquna əsaslanmasıdır. İdeal modelləşdirmə iki yarım sınıf - işarə və intuitiv modelləşdirməyə ayrılır.

Qeyd olunan bu modellər qrupu içərisində iqtisadi baxımdan ən çox istifadə olunan riyazi modellər hesab edilir. Riyazi modellər qrupunda isə əsas yeri iqtisadi-riyazi modellər tutur. İqtisadi-riyazi modellər iqtisadi hadisə və proseslərin riyazi formada ifadəsidir. İqtisadi proseslərin modeli öyrənilən, tədqiq edilən obyektin hərtərəfli dərk edilməsi, kəmiyyət və keyfiyyət qanunauyğunluqlarının ümumiləşdirilməsinin əsas vasitəsi hesab olunur. İqtisadi modellərin tətbiq edilməsi iqtisadi hadisələrin daha dərinə təhlil edilməsinə, planlaşdırmanın keyfiyyətli təşkilinə və ayrı-ayrı funksional idarəetmə işlərinin avtomatlaşdırılmasına şərait yaradır.

Təhlilin düzgün və dəqiq olması, ondan alınan nəticələrin əsaslı olması modelləşdirilən iqtisadi proseslərin elementləri arasında əlaqələrin, onların əsas əlamətlərinin necə əks etdirilməsindən asılıdır. İqtisadi riyazi modellər digər qrup modellərlə müqayisədə bir sıra üstünlüklərə malikdir:

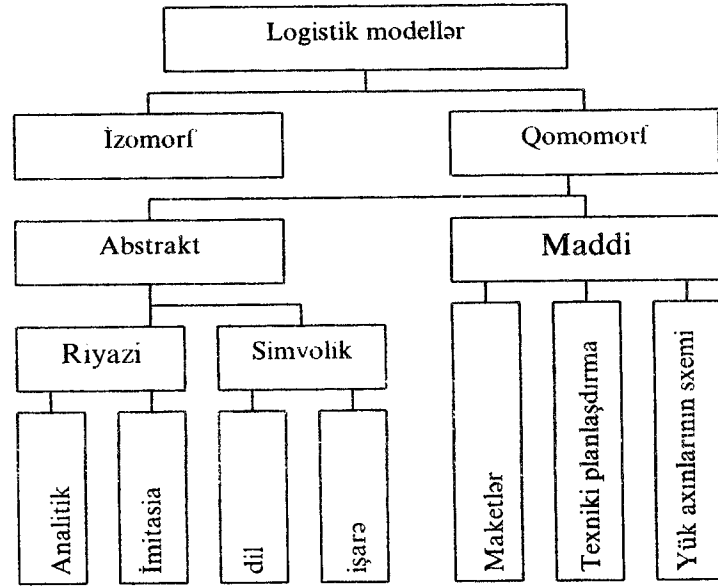
- öyrənilən hadisə və ya tədqiq olunan obyekt qısa formada ifadə edilir və onun xüsusiyyətləri dəqiq başa düşülür;
- tədqiq olunan obyektin (və ya prosesin) elementləri arasında daha düzgün əlaqə yaradılır, asılılıq və qanunauyğunluq müəyyənləşdirilir;
- qarşıya qoyulan məsələni həll etmək üçün lazım olan informasiyanın həcmi və məzmununu dəqiq təyin etmək mümkün olur;
- tərtib olunan məsələnin riyazi təminatı - mövcud

riyazi metodların köməyiylə həll edilməsi mümkünlüyü əsasında müəyyənləşir.

İqtisadi-riyazi modellərin mahiyyəti eyni deyildir. Bunlar öyrənilən prosesin təşkilati - iqtisadi xassəsindən, konkret məsələni həll etmək üçün tətbiq edilən hesablama metodunun xüsusiyyətindən, qarşıya qoyulan məsələnin həllindən və tədqiqindən asılı olaraq fərqlənir. Bütün bu qeyd olunanlarla yanaşı, prosesin müxtəlif cəhətini və məzmununu əks etdirən bu tip modellərin ümumi, oxşar cəhətləri də çoxdur. Bu ondan ibarətdir ki, istənilən həcm və mürəkkəblikdə, istənilən məzmununda olan hadisə və proseslər eyni riyazi aparat və ya onun konkret elementi ilə təsvir olunur.

İqtisadi-riyazi modellər qrupuna daxil olan logistik sistemləri xarakterizə edən modellər özlərinin xarakterik cəhəti, həll olunan məsələlərin mürəkkəbliyi, bu sistemlərdə material, maliyyə və informasiya axınlarının təşkili və idarə edilməsi ilə bağlı iqtisadi proseslərin dinamik xarakter kəsb etməsi, habelə parametrik dəyişənlər çoxluğu logistik modelləri fərqləndirən əsas xüsusiyyətlərdir. Logistik model dedikdə logistik prosesin və ya sistemin istənilən abstrakt və ya maddi hərəkət tərzini başa düşülür. Deməli, logistik modelləşdirmənin əsas məqsədi sistemin hərəkət tərzinin proqnozlaşdırılmasıdır.

İxtiyari modelin modelləşdirilən obyektə tam oxşar olması dərəcəsi istənilən modeli xarakterizə edən mühüm əlamət hesab edilir. Bu baxımdan logistikada modellər iki tərkib hissəyə: izomorf (oxşar formalı) və qomomorf (bərabər, eyni) modellərə ayrılır (şəkil 2.2).



Şəkil 2.2. Logistik sistemlərin modellərinin təsnifatı

İzomorf modellər - orijinal obyektin bütün xarakteristikalarını özündə birləşdirən, onu əvəz etmə qabiliyyətli modellərdir. İzomorf modeli yaratmaq və onu müşahidə etmək mümkün olarsa, onda real obyekt haqqında müfəssəl və hərtərəfli bilgi əldə etmək olar. Belə bir halda obyektin hərəkət tərzini haqqında qabaqcadan dəqiq xəbər vermək mümkündür.

Qomomorf modellər - tədqiq edilən, öyrənilən obyektə tam oxşamayan, onunla qismən oxşarlıq təşkil edən modellərdir. Bu zaman fəaliyyət göstərən real obyektin bəzi tərəfləri ümumiyyətlə modelləşdirilmir. Nəticə etibarilə modelin qurulması prosesi və tədqiqatın nəticələrinin interpretasiyası sadələşir. Logistik sistemin modelləşdirilməsində mütləq oxşarlıq olmur. Ona görə də logistik sistemlərin modelləşdirilməsi zamanı adətən qomomorf modellərə daha çox üstünlük verilir. Lakin nəzərdən qaçırmaq lazım deyil ki,

qomomorf modellərdə də oxşarlıq dərəcəsi müxtəlif ola bilər. Bütün bunlar isə öz növbəsində qomomorf modellərin ətraflı öyrənilməsinə tələb edir. Dəyişən bazar şəraitində material axınlarının parametrlərini məhz qomomorf modellər əsasında düzgün təyin etmək olar. Qomomorf modellərin özlərini də konkret əlamətlərə görə təsnif etmək olar.

Təsnifat xarakteristikasında təqdim edilən növbəti əlamət modellərin maddiliyi hesab edilir. Bu əlamətə görə bütün modellər **maddi** və **abstrakt modellərə** bölünür.

Maddi modellər - öyrənilən, tədqiq edilən hadisə və ya obyektin əsas həndəsi, fiziki, dinamik və funksional xarakteristikalarını təsvir etdirir. Bu kateqoriyaya əsasən istehsal sahələrində texnoloji və anbar avadanlıqlarının optimal yerləşdirilməsi, habelə yük axınlarının təşkili məsələlərinin həllinə imkan verən istehsalçı və ya topdansa satış müəssisələrinin kiçildilmiş modeli aiddir. Bir çox hallarda bu modellər fiziki modellərlə oxşarlıq təşkil edir.

Abstrakt modellər - əksər hallarda logistik modelləşdirmədə yeganə üsul hesab edilir, riyazi və simvolik modellərə ayrılır. Simvolik modellər də öz növbəsində dil və işarə sistemli modellərə bölünür.

Dil sistemli modellər – sözlər modelidir. Onunun əsasını qeyri - müəyyən, çox mənalı sözlərdən təmizlənmiş sözlər toplusu – lüğət təşkil edir. Bu lüğət «tezarus» adlandırılır. Bir sözün bir neçə mənada başa düşülməsinə imkan verən adi lüğətdən fərqli olaraq burada hər bir söz yalnız bir məfhumu uyğun gələ bilər.

İşarə sistemli modellər. Təbii ki, ayrı-ayrı məfhumları şərti işarələrlə nişanlamaq mümkündür. Obyektin simvolik təsvirini verən işarə sistemli modellərdə bu nişanələr arasında razılaşdırılmış əməliyyatlar nəzərdə tutulur.

Riyazi modelləşdirmə - logistik proseslərin və ya əməliyyatların riyazi modelini qurmaqla onların tədqiqi. Logistikada riyazi modelləşdirmənin iki növündən – **analitik** və **imitasiya modellərindən** istifadə olunur.

Analitik modelləşdirmə – logistik sistemlərin tədqiqi zamanı dəqiq nəticələrin əldə edilməsinə imkan verən riyazi üsul və ya metoddur. Praktiki olaraq analitik modelləşdirmə aşağıdakı ardıcılıqla həyata keçirilir.

Birinci mərhələ. Sistemə daxil olan obyektləri bir – birilə əlaqələndirən, onların arasında ahəngdarlığa şərait yarada bilən riyazi qanunlar formalaşdırılır. Bu qanunlar bəzi funksional asılılıqlar (cəbri, differensiallaşdırma) şəkilində ifadə edilir.

İkinci mərhələ. Qurulan riyazi tənliklərin, bərabərsizliklərin həll edilməsi ilə nəzəri nəticələr əldə edilir.

Üçüncü mərhələ. Əldə edilmiş nəzəri nəticələr praktiki nəticələrlə müqayisə edilir, uyğun olub - olmaması yoxlanılır.

Fəaliyyət göstərən sistemin daha mükəmməl tədqiqini aparmaq üçün bu sistemin axtarılan xarakteristikası ilə başlanğıcda verilən şərtlər, parametrlər və dəyişənlər arasında funksional asılılığı aşkar etmək, müəyyənləşdirmək lazım gəlir. Lakin belə asılılıq nisbətən sadə sistemlər üçün xarakterikdir. Sistemlər mürəkkəbləşdikcə onların analitik metodlarla tədqiqi müəyyən çətinliklər yaradır. Belə bir halda analitik metoddan istifadə etmək üçün ilkin modeli kəskin sürətdə sadələşdirmək lazım gəlir. Sadələşdirilmiş model bütün bərabər şərtlər daxilində heç olmazsa sistemin ümumi xassələrini öyrənməyə imkan verir.

Analitik modellərin ən böyük üstünlüyü onların ümumləşdirmə və təkrar istifadə qabiliyyətinə malik olmasından ibarətdir.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, logistik sistemlər ətraf mühitin qeyri – müəyyənliyi şəraitində fəaliyyət göstərir. Material axınlarının hərəkəti zamanı çoxlu təsadüfi xarakter daşıyan faktorlar nəzərə alınmalıdır. Belə bir şəraitdə logistik proseslərin müxtəlif tərkib hissələri - əməliyyatlar arasında kəmiyyət münasibətlərini dəqiq müəyyənləşdirə bilən analitik modelin qurulması ya mümkün olmur, ya da

çox böyük vəsait hesabına başa gəlir. Buna görə də praktikada imitasiya modellərindən istifadə olunur. «İmitasiya» yunan sözü olub təqlid etmə deməkdir. İmitasiya tədqiqatlarının xüsusiyyətləri ondan ibarətdir ki, bu tədqiqatda təcrübə obyektlə deyil, onun riyazi modeli ilə aparılır. İmitasiya tədqiqatçıdan böyük yaradıcılıq fəallığı və tədqiqatçı müstəqilliyi tələb edir.

Hal-hazırda imitasiya obyektlərinin riyazi modellərini İHM – dən istifadə etməklə qurmaq və bu obyektlərdə təcrübə aparmaq yolu ilə tədqiq etmək mümkündür.

İmitasiya praktikasında obyektə aid edilən qanunlar iqtisadi – riyazi modellər şəklində təsvir edilir. Xüsusi imitasiya təcrübəsinin aparılması ilə əlaqədar modellərə imitasiya modelləri deyilir. İmitasiya təcrübəsinə istənilən riyazi modellərlə aparmaq mümkün olsada imitasiyanın istilahı onun çətinliyi və optimallaşdırılmasının qeyri – mümkünlüyündən xəbər verir.

İmitasiya modelləşdirməsi zamanı logistik proseslərin müxtəlif tərkib hissələri arasında kəmiyyət münasibətləri – nisbətlərin xarakterini müəyyənləşdirə bilən qanunauyğunluğun axıra qədər dərk edilməsinə bir o qədər də ehtiyac olmur. Bu baxımdan logistik proseslər tədqiqatçı üçün məchul - «qara yeşik» olaraq qalır.

İmitasiya modeli ilə iş prosesini televizor, radio və digər məişət cihazlarının iş prinsipi haqqında dərin anlayışa malik olmayan sırayı vətəndaşın bu qurğuları sazlaması ilə müqayisə etmək olar. Məsələn, teleseyrici bu qurğunun müvafiq düyməsini basmaqla «qara yeşin» içərisində nəyin necə baş verməsi haqqında minimum təsəvvürə belə malik olmadan istədiyinə nail olur.

Buna uyğun olaraq tədqiqatçı da imitasiya modelinin «düyməsini basmaqla» logistik proseslərin baş verməsi şəraitini və istiqamətini dəyişdirir, mahiyyət etibarlı ilə alınan nəticələrə nəzarət etmək imkanı qazanır. Tələbləri ödəyə bilən şəraitin müəyyənləşdirilməsi imitasiya modeli ilə işlərin

başlıca məqsədini təşkil edir.

Ümumiyyətlə, imitasiya modelləşdirməsi iki əsas prosesi özündə birləşdirir:

- real sistemin modelinin tərkibini müəyyən etmək;
- bu modeldə sınaq işlərini aparmaq.

Bu zaman aşağıdakı məqsədlər qarşıya qoyula bilər:

- logistik sistemin fəaliyyət tərzini dərk etmək, başa düşmək;
- logistik sistemin səmərəli fəaliyyətini təmin edən strategiyanı seçmək.

İmitasiya modelləşdirməsi bir qayda olaraq müasir hesablama texnikası və kompyuter texnologiyası əsasında həyata keçirilir.

Beləliklə, imitasiya modelləşdirməsinin üstün cəhəti ondan ibarətdir ki, bu metodla daha mürəkkəb məsələləri həll etmək olur. İmitasiya modellərinin analitik tədqiqatlar zamanı çətinlik yaradan təsadüfi təsirləri və digər faktorları kifayət qədər sadə formada nəzərə almağa gücü çatır. Lakin bütün bunlarla yanaşı imitasiya modellərinin nəzərə alınması vacib hesab edilən bir sıra nöqsan cəhətləri də vardır:

1. Bu modelin köməyiylə aparılan tədqiqatlar aşağıdakı səbəblərlə:

- modelin qurulması və sınaqların aparılması üçün yüksək səviyyəli peşəkar mütəxəssislər – proqramistlərin tələb olunması;
- metod statistik sınaqlara əsaslandığından kifayət qədər fərdi elektron hesablama maşınları, onları üçün zəruri proqram təminatı və maşın vaxtı sərfinin mövcudluğu;
- modellərin konkret şərait üçün işlənilib hazırlanması və təkrar istifadəyə yararsız olması ilə əlaqədar olaraq olduqca baha başa gəlir.

2. İmitasiyada ehtimalların, reallığı əks etdirməyən

faktorların böyüklüyü. Logistik sistemlərdə baş verən proseslər ehtimal xarakteri daşıyır və yalnız müəyyən fərziyyələr aparmaqla modelləşdirməyə gətirilir. Məsələn, hər hansı bir rayonun və ya regionun istənilən təyinatla malik məhsullarla təchizatının imitasiya modelini işləyib hazırlayarkən konkret marşrut üzrə avtomobillərin hərəkət sürəti 25 km/saata bərabər qəbul edilirsə bu hər şeydən əvvəl yol şəraitinin yaxşı olması ehtimalına əsaslanır. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, burada bir sıra təsadüfi xarakter daşıyan hallar – havanın pisləşməsi, avtomobil yollarında sürüşkənliyin artması nəticəsində marşrutun hərəkət sürəti 15 km/saata qədər aşağı düşə bilər. Və nəticədə real proseslər başqa formada cərəyan edir.

İmitasiya modellərinin üstünlükləri və çatışmazlıqlarını tədqiq və təsvir edən Amerika alimi K. Şennon belə qənaətə gəlmişdir ki, «imitasiya modellərinin işlənilib hazırlanması elmdən çox incəsənətdir. Deməli, müvəffəqiyyət və ya uğursuzluq metoddan yox, onun necə tətbiq edilməsindən asılıdır».

2.4. LOGİSTİKANIN ÜMUMİ VƏZİFƏLƏRİ

Təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi cəhətdən inkişaf etməsinin müasir konsepsiyası və onların bazar subyektləri arasında davranış tərzləri strateji idarəetmə adlanır. Strateji idarəetmənin əsas funksiyası tək-cə dəqiq strateji planlaşdırmanı həyata keçirmək deyil, eləcə də firmaların idarə edilməsi sistemini və onun ayrı-ayrı struktur bölmələri arasında qarşılıqlı fəaliyyət mexanizmini təşkil etməkdən ibarətdir. Bu zaman həm bazar subyektləri arasında rəqabət mübarizəsinə tab gətirmək məhz rəqabət mübarizəsinin uzunmüddətli strategiyası üçün, həm də həyata keçirilməsi zəruri hesab olunan cari istehsal – təsərrüfat planlarının bu strategiyaya uyğunlaşması üçün təşkil və idarəetmə vasitələri yaratmaq tələb olunur.

Strateji idarəetmənin konsepsiyası iqtisadi inkişafın təmin edilməsi üçün spesifik gediş hesab olunur. Lakin rasionalist yanaşma baxımından bazar subyektlərinin inzibati amirlik şəraitində fəaliyyət konsepsiyaları başlanğıcda verilmiş tapşırıqlara əməl etməklə uzun bir dövr ərzində qarşılarında duran məqsəd və vəzifələrinin yerinə yetirilməsində stabillik nümayiş etdirməkdən ibarət idi. Belə yanaşmada təbii ki, müəssisə və təşkilatların inkişafı üçün əsas meyar kimi istehsalın fasiləsiz artımını təmin edə bilən daxili ehtiyat mənbələri çıxış edirdi. Bu isə öz növbəsində müəssisə və təşkilatları qapalı sistemə çevirməklə onların inkişafını məhdudlaşdırdı və ümumi şəkildə idarə edilən təsərrüfat sisteminin özündə böhranların yaranmasına gətirib çıxardı.

İdarəetmənin aktual paradigması hesab olunan strateji menecment müasir iqtisadi şəraitdə firma və şirkətlərə açıq sistem kimi baxılmasına daha çox üstünlük verir. Bu məqsədlə onlar firma və şirkətlərin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsini təkcə daxili ehtiyat mənbələrinin aşkar edilməsində deyil, eyni zamanda daxili mühiti iqtisadi inkişafın bilvasitə zəmanətçisinə çevrilən xarici mühitin dinamik iqtisadi, sosial, siyasi, elmi – texniki və normativ – hüquqi dəyişikliklərinə uyğunlaşmaqda görürdülər.

Ətraf mühitdə müvəffəq fəaliyyət göstərmək və öz iqtisadi sabitliyini qorumaq üçün firma və şirkətlərdə tədarük, istehsal və satış problemləri ilə əlaqədar qəbul edilən qərarların mürəkkəbliyi və tezliyini bu mühitdə baş verən dəyişikliklərin mürəkkəbliyi və tezliyinə çevik formada uyğunlaşdırılmalıdır. Daha doğrusu, firmanın xarici mühitində – bazarda asılı tələblə əlaqədar baş verən iqtisadi, sosial, ekoloji və elmi - texniki dəyişikliklər biznes fəaliyyətini bu dəyişikliklərə əsaslanaraq reallaşdıran firma və müəssisələrdə logistik qərarların hazırlanması və həyata keçirilməsinə bilavasitə təsir göstərir. Başqa sözlə, bu dəyişikliklərə adaptasiya olunan istənilən bazar subyektinin fəaliyyət mexanizmi ondan ibarət olmalıdır ki, onlar əsas diqqəti qəbul

edilmiş qərarların yerinə yetirilməsinə nəzarət işindən daha çox yeni bazar problemlərinin aşkar edilməsi və bu əsasda yeni qərarların hazırlanmasına yönəltməlidirlər. Əks təqdirdə «resursların bölüşdürülməsindəki çeviklik onların məsrəf edilməsindəki dəqiqlikdən daha qiymətlidir» prinsipindən çıxış etməyən firma və şirkətləri müasir şəraitdə istənilən an iqtisadi böhranlar müşahidə edə bilər.

Yuxarıda qeyd edilən əksər problemlərin həlli iqtisadi inkişafın müasir mərhələsində logistik sistem və texnologiyalardan səmərəli istifadəyə əsaslanır. Daha doğrusu, məhz logistik sistem və texnologiyaların ardıcıl tətbiqi qeyd olunan problemlərin aradan qaldırılmasına şərait yaratmaqla firmanın xarici mühitinə aid edilən subyektlərlə firmanın daxili mühiti arasında əlaqələri təşkil edir. Firmanın daxili potensialından istifadə edilməsi məqsədilə həyata keçirilən təşilati dəyişikliklər firmanın xarici mühitində baş verən dəyişiklikləri tez nəzərə alması və ona səmərəli formada çevik reaksiya verməsi belə bir üzvi təşkilin xarakterik xüsusiyyəti olmaqla firmanın uzun müddət bazar rəqabətinə davam gətirməsi və sabit fəaliyyəti üçün maddi baza yaradır.

Beləliklə, ümumi formada praktiki fəaliyyət zamanı aşağıdakı üç mühüm:

➤ **ideal:** plan dövrü ərzində və ya onun həddlərindən kənarında əldə edilməz hesab olunan, lakin yaxınlaşması mümkün olan məqsəd;

➤ **məqsəd:** həlli plan dövrü ərzində mümkün olmayan, lakin gec də olsa mövcud dövr ərzində yaxınlaşması nəzərdə tutulan problem;

➤ **vəzifə:** planlaşdırılan dövr ərzində nail olunması mümkün hesab edilən məqsədlərin dəqiq müəyyənləşdirilməsi sahibkarlıq strukturlarının fəaliyyət konsepsiyasını təşkil edir.

Qeyd olunan bu məqsədlər ierarxiyasına uyğun olaraq isə hər bir təsərrüfat subyektinin material axınlarının idarə

edilməsi sahəsində özlərinin ümumi və xüsusi xarakterli lojistik vəzifələrini müəyyənləşdirirlər:

1. Logistikanın konseptual ideyası: mövcud şəraitdə ən az mümkün xərclərlə firmanın bazarda baş verən dəyişikliklərə uyğunlaşdırılması, bazar segmentlərinin artırılması və rəqiblər üzərində iqtisadi üstünlüklərə nail olunmasından ibarətdir.

2. Logistikanın ümumi məqsədi: yüksək keyfiyyətli məhsulgöndərmələri təmin edən material, informasiya, maliyyə, kadr və sair axınlarının funksional menecmentinin səmərəli, integrativ sistemini yaratmaqdır.

3. Logistikanın xüsusi vəzifəsi: material, informasiya, maliyyə, kadr və sair axınları arasında uyğunluğun təmin edilməsi:

- material axınlarının dispetçerləşdirilməsi və onun fasiləsiz informasiyalarla təmin edilməsi;
- məhsulların fiziki bölüşdürülməsi strategiyası və texnologiyasının müəyyənləşdirilməsi;
- maliyyə idarəsi əməliyyatlarının idarə edilməsi üzrə konkret alqoritmlərin hazırlanması;
- taralar və qablaşdırıcı məmulatların standartlaşdırılması;
- «istehsal – anbarlaşdırma - nəqliyyat - satış» arasında rəşional nisbətənin yaradılması;
- istehsal ehtiyatlarının idarə edilməsi prosesinin optimallaşdırılması;
- yüklərin saxlanması və nəqli müddətlərinin maksimum azaldılmasına nail olunmasıdır.

Logistikanın müasir inkişaf mərhələsində yerinə yetirdiyi vəzifələr kompleks şəkildə informasiya və material axınları arasında uyğunluğu təmin etmək, material resursları və hazır məhsulların optimal yerləşdirilməsi texnologiyasını müəyyənləşdirmək, məhsulların keyfiyyətinə və onların qablaşdırıldığı taralara standart tələblər hazırlamaq, material və əmək resurslarından, avadanlıqlardan, istehsal yerlə

rı və anbar sahələrindən səmərəsiz (qeyri - rəşional) istifadə mərkəzlərini aşkar etməkdən ibarətdir.

2.5. LOGİSTİKANIN ƏSAS PRİNSİPLƏRİ

Prinsip («**pricipium**» latın sözü olub əsas, başlanğıc deməkdir) subyektiv mənada əsas vəziyyət, ilkin şərait, obyektiv mənada isə ilkin məntəqə və ya mahiyyət, sübuta ehtiyacı olmayan və sübut tələb etməyən nəzəri biliklərin ilkin əsası hesab olunur.

Prinsip - ixtiyarı nəzəriyyənin, elmin, dünyagörüşün və təşkilin əsasən ilkin başlanğıcıdır. Müasir logistika aşağıdakı prinsiplərə əsaslanır:

1. Sistemlilik. Axınların formalaşdırılması, ayrıca idarə edilən bir sistem kimi obyektləri dəyişən, qarışdırılan və onlara münasibətdə sistemli yanaşmaq; firmanın strateji məqsədləri baxımından məhsulların göndərilməsi və daşınması üzrə ayrı - ayrı əməliyyatlara çəkilən xərcləri müəyyənləşdirmək və onları minimumlaşdırmaq; firmaların logistik strategiyalarını marketing strategiyası və məhsul istehsalının təşkili ilə qarşılıqlı əlaqələndirmək; logistik dövrdə məhsul istehsalı üçün lazım olan material resurslarının planlaşdırılması, sifarişi, tədarükü, hazır məhsul istehsalının təşkili, material resursları və hazır məhsulların saxlanması və nəql edilməsi baxımından material axınlarının birgəliyinə nail olmaq.

2. Komplektlilik. Konkret şəraitə uyğun olaraq material, informasiya və maliyyə axınlarının həyata keçirilməsinə şərait yaradan inkişaf etmiş infrastruktur təminatını formalaşdırmaq; mikro və makrologistik səviyyədə material resursları və hazır məhsul axınlarını təşkil edən bütün iştirakçıların birgə fəaliyyətlərinə nail olmaq; firmanın logistik strukturları qarşısında duran vəzifələrin yerinə yetirilməsinə mərkəzləşdirilmiş formada nəzarəti həyata keçirmək; məhsulların həyat dövrünü üzrə firmanın makrologistik (xarici)

mühitində olan subyektlərlə sıx əməkdaşlıq münasibətləri formalaşdırmaq; firmadaxili fəaliyyət çərçivəsində ayrı-ayrı struktur bölmələri arasında sair təsərrüfat əlaqələri yaratmaq.

Lakin qeyd edilən prinsipin reallaşdırılması zamanı müəyyən uzun və ya qısamüddətli logistik strategiyalara malik firmalar fəaliyyət nöqtəyi - nəzərdən özlərinə yaxın olan logistik firmaların inhisarçılıq siyasətinin təsir dairəsinə düşməməsini daim diqqət mərkəzində saxlamalıdır. Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, logistik menecerlərin fikrincə qısamüddətli logistik strategiyalar firma üçün o qədər əhəmiyyətli ola bilər ki, o, uzunmüddətli strategiyalara (baxmayaraq ki, belə strategiyalar firmalar üçün zəruridir) ümumiyyətlə diqqəti azaldar və ya əksinə onların hazırlanmasına iqtisadi və texniki aspektdə maneələr yaradar. Odur ki, logistikanın bu prinsipi uzun və qısamüddətli logistik strategiyaların üzvi əlaqələndirilməsini, onların təminat hissələri və ya sistemin elementləri kimi nəzərdən keçirilməsini zəruriyyətə çevirir.

3. Elmlilik: material axınlarının idarə edilməsinin bütün mərhələlərində – planlaşdırmadan başlamış təhlilə qədər - hesablamaların elmi əsaslarla aparılmasını, axınların hərəkət trayektoriyalarının bütün parametrləri üzrə bu və ya digər iqtisadi hesablamaların yerinə yetirilməsini, firmanın logistik strukturunda mühüm resurs statusu kimi qəbul edilən kadrların (logistik əməliyyatları yerinə yetirilməsi ilə məşğul olan təsdiq edilmiş heyət və ya işçi qrupu) ixtisaslaşdırılması və ya təkmilləşdirilməsini nəzərdə tutur.

4. Konkretlik: istehlakçıların tələblərinə müvafiq konkret məhsulların istehsalı, bu məhsulun istehsalı üçün zəruri hesab olunan konkret təyinatlı material resurslarının konkret tədarükat bazarında fəaliyyət göstərən potensial məhsulgöndərənlərdən alınması; texniki, iqtisadi və digər parametrlərə uyğun material axınlarının hərəkət istiqamətlərinin konkret ünvanlı olması və bu əsasda konkret nəticələrin əv-

vəlcədən dəqiq müəyyənləşdirilməsi, bütün növ material axınlarının az xərclərlə hərəkətinin təşkil edilməsindən ibarətdir.

5. Konstruktivlik: maddi – texniki təchizat və məhsulların nəql edilməsi əməliyyatlarının bütün detallarını dəqiq aşkarlamaq, material axınlarını dispetçerləşdirmək, giriş və çıxış material axınlarının istiqamətlərini tələbatdan asılı olaraq korrekt etmək və ya dəyişmək.

6. Etibarlıq: istehsalçı firma və ya şirkətlərdən material resursları, hazır məhsul və dəstləşdirici məmulatların istehlakçılara tələb olunan kəmiyyətdə, keyfiyyətdə və lazımı vaxtda çatdırılması, daşınma və nəqlmənin təhlükəsizliyinin təminat edilməsi; əlverişli axın istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi və seçilməsi, bu zaman tətbiq edilən kommunikasiya və texniki vasitələr üzrə ehtiyatların yaradılması; yüklərin optimal hərəkət marşrutları üzrə yerləşdirilməsi və idarə edilməsində tətbiq edilən müasir texniki vasitələrdən geniş istifadə edilməsi; logistik qərarların qəbul edilməsi üçün zəruri olan müxtəlif səpkili informasiyaların logistik sistemlərə daxil olması keyfiyyətini, sürətini yüksəltmək və sistem daxilində emal edilməsi texnologiyasını yaxşılaşdırmaq.

7. Variantlıq: bazarda tələbin dəyişilməsinə uyğun çevik reaksiya verəcək logistik qərarların hazırlanması və reallaşdırılması, potensial məhsulgöndərənlərdə və ya istehsalçılarda məhsulgöndərmələrlə bağlı dəyişiklik baş verdikdə istehsal ehtiyatlarının səviyyəsinin maksimum həddə çatdırılması, əvvəlcədən hazırlanan istehsal planlarına uyğun olaraq firmanın ehtiyat istehsal güclərinin yüklənməsi, firmanın istehlakçı tələbinə uyğun yeni məhsulun və ya məhsulların hazırlanmasına uyğunlaşdırılması - adaptasiyası.

8. İntegrativlik: tələb olunan keyfiyyət yalnız logistik sistemi təşkil edən elementlərin hər birinə ayrılıqda deyil, bütünlükdə sistemə məxsusdur. Logistik sistemlərdə inteqrativ keyfiyyətin mövcudluğu sistemin xassələrinin onu təş-

kil edən elementlərin xassələrindən birbaşa asılı olmasını aşkar etməklə yanaşı tam formada bu elementlərin xassələri əsasında müəyyənləşdiyini göstərir. Başqa sözlə, integrativlik sistem tərəfindən idarəetmə qərarlarının qəbul olunması zamanı onun sadə elementləri arasında kompromislərə nail olunmasını nəzərdə tutur. Logistik sistem o vaxt effektiv hesab olunur ki, o, «təchizat – istehsal – satış – istehlak» mərhələlərinin hər biri üzrə ümumi məqsədə – Pareto prinsipi əsasında məcmu logistik xərclərin optimallaşdırılmasına öz töhvəsini vermiş olsun.

Məsələn, istehsal proseslərini ahəngdar və keyfiyyətli təmin edən bölmələr, eləcə də onların rəhbərləri istehsalda fasilələrin yaranmaması üçün xammal və material ehtiyatlarının müəyyən – minimum həcmnin artırılmasına maraqlıdırlar. Beləliklə, onlar müəyyən mənada məhsulgöndərmə müqavilələrində nəzərdə tutulan öhdəliklərin müddət, həcm və nomenklatura parametrləri üzrə yerinə yetirilməməsi ilə əlaqədar yaranacaq fasilələrdən özlərini sığortalaşdırmağa nail olurlar. Lakin firmanın maliyyə resurslarına cavabdehlik məsuliyyəti daşıyan bölməsi dövriyyə kapitalının müəyyən müddət dondurulmasına - təsərrüfat dövriyyəsinə çıxarılmasına şərait yaradan ehtiyatların səviyyəsinin artırılması ilə razılaşmır. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, alıcı bazarının tələbatının dolğun ödənilməsi isə daima hazır məhsul ehtiyatının həcmnin artırılmasını tələb edir. Bu da öz növbəsində vaxt baxımından bazarda fərdi və xüsusi sifarişlərin yerinə yetirilməsi müddətini gecikdirir və nəticədə istehsalda çəkilən xərclərin səviyyəsi artır.

9. Effektivlik: prinsip etibarı ilə bazar münasibətlərinin müasir inkişaf mərhələsində logistik sistemlər çərçivəsində (və onların tətbiq obyektləri də daxil olmaqla) minimum logistik xərclərə nail olmaq; istehlakçıların yeni çeşidli məhsullara olan tələblərini mütərəqqi istehsal texnologiyaları əsasında tam və dolğun ödəmək; istehsal yerlərində material resurslarının nəql edilməsi və ya ehtiyatların zəruri

həcmdə yaradılmaması ilə bağlı meydana gələn fasilələri aradan qaldırmaq və iş vaxtı fondundan səmərəli istifadə etmək; verilən sifariş paketlərini həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət baxımından tələb olunan müddətdə yerinə yetirməklə yeni məqsəd bazarları və müvafiq bazar seqmentləri əldə etmək; istehsal proqramlarını istehlakçı tələbinə çevik uyğunlaşdırmaq vərdişlərinə malik olmaq; bazar subyektləri arasında intizamlı məhsulgöndərən imici formalaşdırmaq.

10. Çeviklik: firmanın (şirkətin) makro və mikroiqti-sadi mühitinin mövcud vəziyyətini qiymətləndirməyə və burada müsbət və mənfi istiqamətdə baş verən dəyişikliklərin dinamikasını proqnozlaşdırmağa və eləcə də müvafiq cavab tədbirlərinin hazırlanmasına imkan verən logistik sistemlərin hərtərəfli təsərrüfat mexanizmini yaratmaq.

11. Bütövlülük: logistikanın ümumi məqsədinə çatmaq üçün logistik sistemi təşkil edən bütün struktur bölmələri (elementlər) arasında idarəetmə prinsiplərinin tətbiqinə şərait yaratmaq və idarəetmə qərarlarını sistemin elementləri üçün fəaliyyət məqsədinə çevirmək, elementlər arasında informasiya əməkdaşlığını inkişaf etdirmək. Bu zaman logistik sistemin qiymətləndirilməsinə, onu təşkil edən və bir – birindən ayrı, müxtəlif keyfiyyətlərə və növlərinə görə fərqlənən elementlərin qarşılıqlı əlaqəsinə firmanın maliyyə nəticələrinin yaxşılaşdırılmasına xidmət göstərən vahid tam kimi baxılır.

Qeyd olunan bu prinsipləri sadalamaqla nəzərə almaq lazımdır ki, logistikanın müasir inkişaf mərhələsində onların 100% yerinə yetirilməsinə praktiki olaraq nail olmaq mümkün deyil.

2.6. LOGİSTİK STRATEGİYA VƏ ONUN HƏYATA KEÇİRİLMƏSİ MEXANİZMİ

Bazar iqtisadiyyatının mövcud prinsipləri ilə fəaliyyət göstərən hər bir təsərrüfat subyekti özünün bazar mövqeyini möhkəmləndirmək və sabit mənfəət həcminə malik olmaq üçün «məskunlaşdıqı», «sakini» olduğu bazar seqmentində mütəmadi olaraq satıcı kimi çıxış etmək niyyətindədir. Bu məqsədlə:

- bazar konyukturasına;
- rəqabətə;

• malik olduğu xüsusi resurs imkanlarına uyğun olaraq uzunmüddətli fəaliyyət proqramı işləyib hazırlayır. Belə bir proqram firmanın strategiyasını əks etdirir. **Strategiya** – firmanın malik olduğu imkanlar daxilində qoyulan məqsədə nail olmaq üçün uzunmüddətli fəaliyyətin ümumiləşdirilmiş modelidir. Fəaliyyət strategiyası işləyib hazırlayan firmalar qarşıya qoyulan məqsəddən asılı olaraq gələcəkdə yerinə yetirəcəkləri vəzifə və funksiyaların ümumi istiqamətlərini müəyyənləşdirirlər.

«Strategiya» termini yunan sözü olub «stratos» - hərbi, «ago» - aparan adlanır, qələbənin əldə edilməsi üçün düzgün yolun seçilməsində «generalın məharəti» mənasını verir. Ensiklopediya və lüğətlərdə strategiya ictimai, siyasi mübarizəyə rəhbərlik etmək bacarığı kimi verilir. XX – ci əsrin ikinci yarısından başlayaraq strategiya iqtisadi fəaliyyət sahəsində geniş istifadə olunmağa başladı.

Strategiya geniş anlayışdır. Bu anlayışı tam xarakterizə etmək üçün onun mahiyyətini tam açıqlayan, tələblərinə dolğun cavab verə bilən aşağıdakı təyinatlardan istifadə olunur:

- son nəticələrin əldə edilməsi vasitəsi;
- vahid məqsəd üçün firma və ya müəssisənin bütün struktur bölmələrinin birgə fəaliyyətini təmin edən mexanizm;

- firmada yerinə yetirilən əsas fəaliyyət növlərinin spesifik cəhətlərini əhatə edən göstərici;
- firmanın bütün planlarının birgəliyinin təminatçısı;

- fəaliyyət planı;
- ətraf mühitdə baş verən dəyişikliklərə firmanın əvvəlcədən hazırlıqlı reaksiya verməsi qabiliyyəti;
- firmadaxili təşkilatı işlərin zəif və güclü tərəflərinin təhlil edilməsi nəticəsi və onun inkişafı üçün imkan və maneələrin müəyyən edilməsi vasitəsi;

- firmanın ətraf mühitlə qarşılıqlı əlaqəsi və s.

Strategiya arzu və istəklərə deyil, firma və ya müəssisənin malik olduğu real imkanlara əsaslanır. Buna görə də strategiya hər şeydən əvvəl firma daxilində və onun xarici mühitində mövcud olan real, obyektiv situasiyanı nəzərə alır, təhlil edir və ona adekvat reaksiyalar verir.

Strategiya anlayışının, məfhumunun başa düşülməsi üçün praktikada ikili yanaşma mövcuddur. Birinci yanaşmada, ilk öncə uzun müddətdən sonra əldə ediləcək son nəticələr (vəziyyət) və bu vəziyyətin, nəticənin əldə edilməsi üçün atılacaq addımlar, yerinə yetirilməsi zəruri olan fəaliyyət növləri müəyyənləşdirilir. Bundan sonra vaxt intervallarına (beşillik, illik, rüblük, aylıq və s.) bölünməklə həyata keçirilməsi son nəticələrin əldə edilməsinə gətirib çıxaracaq konkret fəaliyyət planı tərtib edilir. Strategiyaya bu cür yanaşmadan əsasən mərkəzləşdirilmiş plan iqtisadiyyatının mövcud olduğu dövrlərdə istifadə olunurdu. Buna görə də strategiya uzunmüddətli konkret plan və ya uzunmüddətli konkret məqsəd kimi nəzərdən keçirilirdi. İnzibati - amirlik dövründə belə hesab edirdilər ki, müəssisə və təşkilatların fəaliyyət göstərdiyi sferada baş verən ixtiyari dəyişikliklər tam şəkildə idarə edilir və onlara nəzarət olunur. Lakin bazar iqtisadiyyatı və onun inkişaf tempi ətraf mühitdə baş verən proseslərə yeni xarakterik çalarlar verməklə onu sürətləndirir, eləcə də bu iqtisadiyyatın təsərrüfat subyektlə-

ri üçün yaratdığı əlavə imkanlar getdikcə artır. Buna görə də bazar iqtisadiyyatı şəraitində firmaların strategiyası ilk növbədə bazarda baş verən keyfiyyət dəyişikliklərinin yaratdığı üstünlüklərdən yararlanmağa istiqamətlənməlidir.

İkinci yanaşmada strategiya anlayışı firmanın fəaliyyət sferası və formaları, firmadaxili qarşılıqlı münasibətlər sistemi, eləcə də ətraf mühitdə firmanın tutduğu mövqeni xarakterizə, əhatə etməklə seçilmiş məqsədin reallaşmasına xidmət göstərən uzunmüddətli inkişaf istiqaməti kimi nəzərdən keçirilir. Belə yanaşma zamanı firmaların davranışlarında determinləşdirmə prinsipi tətbiq edilmir. Çünki, strategiya son nəticələrin əldə edilməsi istiqamətini müəyyənləşdirməklə firmalara mövcud vəziyyəti, baş verən dəyişiklikləri uçota alan sərbəst seçim və sərbəst fəaliyyət imkanları yaradır. Bu zaman firmalar heç bir direktiv plan orqanının tapşırığı və ya göstərişi əsasında deyil, məhz müstəqil və azad formada strateji inkişaf istiqaməti seçir və onun qoyduğu tələblərə uyğun hərəkət edir.

Strategiyanın seçilməsi və onun həyata keçirilməsi perspektiv dövr üçün firmanın inkişafının mahiyyətini təşkil edir. Firmanın gələcək fəaliyyəti və onun əsas istiqaməti məhz seçiləcək strategiyadan əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Aydın ki, strateji qərarlar diskret çoxluqlar içərisində əvvəlcədən məlum olan variantdan seçilir. Bu heç də o demək deyil ki, yeni strateji qərarlara görə qəbul edilən digər strateji qərarları həyata keçirmək mümkünsüzləşir. Lakin bir – birilə paralellik təşkil edən belə strateji qərarların yerinə yetirilməsi çox böyük həcmdə resurs sərfi hesabına başa gəlir.

İqtisadi strategiya iqtisadi metod və vasitələrlə əvvəlcədən qoyulan, müəyyənləşdirilən məqsədlərə nail olunmasını nəzərdə tutur. İqtisadi strategiyanın əsas məqsədi – müstəqil təsərrüfat subyektləri hesab edilən firma və ya müəssisə üçün rəqabət üstünlüklərini yaratmaq və təmin etməkdən ibarətdir. İstənilən müəssisə öz fəaliyyətinin məqsə-

dini və onun əldə edilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirən zaman bir qayda olaraq malik olduğu materialı, maliyyə, əmək və digər resurs potensialını nəzərə alır. Təbii ki, resurs potensialı məhdud olduğundan firma və ya müəssisə hansı məqsədin məhdud resurslardan daha çox məhsuldar istifadə etməsini müəyyənləşdirməlidir. Daha doğrusu, məqsəd resursları deyil, resurslar məqsədi təyin edir, müəyyənləşdirir. Strateji məqsədlərin seçilməsi həmişə alternativ dəyərləndirmənin aparılması, alternativ qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi ilə bağlıdır. Yəni, «nə qurban verilməlidir ki, qoyulan məqsədə nail olunsun» məsələsi həll edilməlidir.

Beləliklə, iqtisadi strategiya bu və ya digər resursdan istifadənin elə istiqamətini nəzərdə tutur ki, bu və ya digər məqsədlərin həyata keçirilməsi digər paralel məqsədlərə nail olunmasına mənfi təsir göstərməsin. Eyni zamanda həm resurs və həm də əldə edilməsinə resurs ayrılan məqsəd uzunmüddətli perspektiv dövr üçün firmanın mövcudluğu və fəaliyyət miqyasına təsir nöqtəyi - nəzərindən eyni əhəmiyyət daşımalıdır. Bunula əlaqədar olaraq Qərbi Avropa iqtisadçıları Dc. Dolan və Lindsey belə fikir irəli sürürlər ki, investisiya – sərmayə cari istehlakdan gələcək istehlak naminə imtina edilməsi deməkdir.

Strategiyanın müasir anlamda başa düşülməsi firmanın maksimum bazar elastikliyinə qorunub saxlanması zəruriyyətindən doğur. Strategiya gələcək ümumi ideyaları formalaşdırır, onun ayrı-ayrı hissələrinə və ya ünsürlərinə toxunmur. Strategiyanın həyata keçirilməsinin təşkili forması strateji planlaşdırma hesab edilir. **Strateji planlaşdırma** - firmanın funksional strategiyasının işlənilib hazırlanması və onun inkişafı ilə əlaqədar məsələlərin həllinə kömək etmək üçün firma rəhbərliyi tərəfindən qəbul edilən qərarlar və yerinə yetirilməsi məqsədəuyğun hesab edilən fəaliyyətlər toplusudur.

Strateji planlaşdırma ilk növbədə firmanın gələcək fəaliyyətinin modelləşdirilməsi prosesidir. İkincisi, strateji

planlaşdırma firmanın məqsədləri ilə onun potensial imkanları və gümanları (ehtimalları) arasında strateji uyğunluğu yaradan və təmin edən idarəetmə prosesidir. Nəhayət, üçüncüsü, strateji planlaşdırma – a) plan formasında rəsmiləşdirilən qərarların mütəmadi (illik) korrekte - redaktə olunması prosesi; b) firmanın fəaliyyətinə fasiləsiz nəzarət etmək və baş verən dəyişiklikləri qiymətləndirməklə bu planların yerinə yetirilməsi üzrə tədbirlər sistemidir.

Qərb ölkələrinin mütəxəssisləri strateji planlaşdırmanı firmaların rəqabət mübarizəsində istifadə etdikləri hərbi strateji təcrübədən götürülmüş güclü vasitə adlandırırlar.

Planlaşdırma tarixən ekstrapolyasiya metodundan istifadə edən elmi proqnozlaşdırmaya əsaslanır.

F. Kotler planlaşdırmanı iki hissəyə -- strateji və marketinq planlaşdırmasına ayırır.

Qeyd etmək lazımdır ki, logistikanın strategiya və taktikasının iqtisadi səmərəliliyinin mühüm şərti material axınlarının hərəkətini təşkil edən hər bir elementin - tədarükətin, istehsalın, anbarlaşdırmanın, ehtiyatların, bölüşdürmə və satışın, nəqletmənin planlaşdırılmasının təşkilidir. Bu cür təşkil bir qayda olaraq başlanğıc nöqtə kimi tələb dinamikasının müntəzəm formada gözlənilməsindən başlamaqla logistik sistemə daxil olan hər bir element üzrə plan göstəricilərinin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir.

Strateji planlaşdırma yaradıcılıq prosesidir, onu yeniliksiz təsəvvür etmək olmaz. Lakin logistik planlaşdırma müəssisənin davranış strategiyasının işlənilib hazırlanması ilə başa çatmır. Strateji planlaşdırma texniki planları da iqtisadi göstəricilərlə ifadə etməyə imkan verir.

Logistik strategiya və taktikanın iqtisadi cəhətdən səmərəli olmasının mühüm şərti istehsal, bölüşdürmə və satış, tədarükətin, anbarlaşdırma və nəql etmə kimi ayrı-ayrı logistik elementlər arasında material axınlarının optimal hərəkətinin planlaşdırılmasının təşkilindən ibarətdir. Bu cür təşkilin başlanğıc nöqtəsi tələbin dinamikasının müntəzəm göz-

lənilməsidir ki, onu nəzərə almaqla hər bir tərkib hissəsi - logistik element üzrə plan parametrləri işlənilib hazırlanır.

Firma və ya müəssisələrin planlaşdırma strategiyalarını işləyib hazırlayarkən nəzərə almaq lazımdır ki, logistika siyasəti müəssisənin ümumi təsərrüfat strategiyasının tərkib hissəsi olan marketinq strategiyası ilə birlikdə istehsal strategiyasının mühüm tərkib hissəsidir.

Logistik strategiyaların hazırlanması aşağıdakı elementlər və parametrlərin: nəqliyyat, yükləmə – boşaltma əməliyyatları və onlara sərf edilən xərclər; ehtiyatların idarə edilməsi; plan və nəzarət sistemləri; istehsal gücləri və əlaqələr; logistik sistemin təşkili xüsusiyyətləri və s. nəzərə alınmasını tələb edir. Logistik strategiyanın işlənilib hazırlanması zamanı tətbiq edilən standart texniki üsullardan biri xidmətlərlə xərclər arasındakı adi logistik tarazlığın təhlilidir. Bundan başqa strategiyaların hazırlanması üçün üçüncü element kimi çıxış edən təchizat və ehtiyat mənbələrinin sayı, məhsulların nomenklaturası, sifariş – tələbnamə verən və məhsul göndərən məntəqələrin sayı, mövsümlülük kimi faktorlar diqqətdən kənar qala bilməz. Bütün bu parametrlər və elementlərin hamısının nəzərə alınması müəyyən çətinliklərlə yanaşı qeyri-müəyyənlik səviyyəsini də artırır. Ona görə də çox vaxt çalışırlar ki, əməliyyatların çətinliyini azaltmaq (aşağı salmaq) və ya sayını ixtisar etməklə bütün təsərrüfat prosesini sadə və idarə olunan hala salmaq mümkün olsun.

Logistik strategiyanın işlənilib hazırlanmasına cəlb edilən müvafiq mütəxəssislər bu prosesi iki mərhələdə həyata keçirirlər. Birinci mərhələdə firma və ya müəssisənin strateji məqsədləri və perspektiv dövr üçün onun inkişaf istiqamətləri aşkar edilir və aşağıdakı məsələlər öyrənilir:

- **Bazar tələbinin dəyişilməsi.** İstər alış, istərsə də satış bazarını kompleks tədqiq etmək, öyrənməklə həm tədarükətin bazarında potensial məhsul göndərənlər və onların cari, eləcə də potensial imkanları aşkar edilir, həm də əmtəəlik

məhsullar üçün konkret məqsəd bazarı seçilir, məhsulların bu bazara çıxarılması imkanları araşdırılır, istifadə olunaçaq bölgü kanalları müəyyənləşdirilir;

• **Logistik tələbin artması.** Aydındır ki, bazar iqtisadiyyatı inkişaf etdikcə məhsul istehsalçıları arasında bazar üstünlüklərinin əldə edilməsi baxımından mövcud olan rəqabət və onun xarakteri logistik sistemin iştirakçıları qarşısında həll edilməsi əhəmiyyətli olan ümdə məsələlər və bir sıra yeni tələblər qoyur. Bu tələblər hər şeydən əvvəl məhsulların fiziki bölüşdürülməsi kanallarında baş verən dəyişikliklər və onlara tez uyğunlaşmaqdan, məhsulgöndərənlərlə alıcılar arasında əlverişli işgüzar münasibətlərin yaradılmasından, logistik sistem üzrə ümumi xərclərin azaldılmasından, logistik servis xidmətinin səviyyəsinin yüksəldilməsindən, məhsulgöndərmələrin ahəngdarlığı və etibarlılığından, qəbul edilən hər bir sifarişin tələb olunan müddətə yerinə yetirilməsindən və s. – dən ibarətdir.

• **Pareto prinsipi üzrə məhsulların paylaşdırılması.** Əsas axının məhdud sayda əmtəələrin payına düşməsi, o bu əmtəələr hesabına təşkil edilməsindən ibarət olan Pareto effektini nəzərə almaq lazımdır.

• **Ehtiyatların həcmi və çevik istehsal sistemləri.** Bazar tələbinin dəyişilməsinə reaksiya verən firma və müəssisə çevik istehsal sistemini yaratmalı, ehtiyatların kəmiyyəti optimal olmalıdır.

• **Ayrı-ayrı fəaliyyət növlərinə diqqət vermək.** Təkcə adi və xüsusi çeşidli məhsul buraxılışına deyil, həm də markalaşdırma, qablaşdırma, sənaye çeşidindən konkret ticarət çeşidinin formalaşması, məhsul və nəqliyyat vasitələri üzrə uçot – müqavilə vahidlərinin yaradılması kimi spesifik fəaliyyət sahələrinə də diqqət yetirmək lazımdır.

• **Çeviklik.** Logistik sistem bazarda kəmiyyət və keyfiyyət dəyişkənliyinə qısa müddət ərzində adaptasiya olma - uyğunlaşma qabiliyyətinə malik olmalıdır. Buna görə də strateji istiqamətin çevikliyi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

• **Məhsulgöndərmələr üzrə logistik göstəricilərin yaxşılaşdırılması.** Bu məhsulgöndərmələrlə bağlı müxtəlif tədbirlərin işlənilib hazırlanması ilə əlaqədardır.

Beləliklə, birinci mərhələdə müəssisənin funksional təsərrüfat sahələrinin cari vəziyyəti, problemləri və zəif cəhətləri aşkar edilir. Bütün bunların əsasında isə konkret fəaliyyət planı işlənilib hazırlanır. Həmin planda firma və müəssisənin ümumi strategiyasının təmin edilməsi üçün məqsədlər, resurslar, imkanlar, qarşılıqlı asılılıqlar və müxtəlif təsərrüfat variantları əks olunur.

İkinci mərhələdə birinci mərhələdə nəzərdə tutulan strateji fəaliyyət planı əsasında hərtərəfli, müfəssəl, təfəssil edilmiş ümumi təsərrüfat planı hazırlanır və burada aşağıda göstərilən strateji istiqamətlər əks olunur:

• məhsul buraxılışını təmin edən istehsal gücləri. Müasir hesablama texnikası vasitələrindən istifadə edən logistik menecmentlər və ya ayrı-ayrı qruplar istehsal həcmi, məhsul çeşidinin, bazarın, məhsul buraxılışını təmin edən istehsal güclərinin riyazi-iqtisadi modelləşdirməsini həyata keçirməklə istehsal güclərini müəyyən edirlər;

• milli bölgü sistemi. Milli bölgü sistemində material axınlarının hərəkəti və onların istiqamətlərinin dəyişilməsinin istehsal güclərinə təsir dərəcəsi nəzərə alınmalıdır;

• qaldırıcı - nəqliyyat işləri. Məhsulgöndərənlərdən istehlakçılara qədər logistik dövrənin bütün hissələri üçün qaldırıcı - nəqliyyat sisteminin səmərəli işi mühüm cəhət hesab edilir;

• xərclər baxımından logistikanın tələbini ödəyən nəqliyyat növləri;

• fəaliyyətin nəticələrini ölçən və nəzarət edə bilən nəzarət sistemləri;

• məhsulgöndərənlərin maliyyə nəticələri;

• hər bir funksional sahə üzrə logistika layihələri ilə sıx bağlı olan ümumi təsərrüfat planı. Logistik layihələr hər bir funksional sahənin malik olduğu vahid təsərrüfat planı

ilə qarşılıqlı formada əlaqələndirilir. O, özündə tam maliyyə nəticələrinin qiymətləndirilməsi, resursların bölüşdürülməsi, logistik sistemlərin idarə edilməsi və s. – ni birləşdirir.

Firmalarda logistik strategiyanın göstərilən sxem üzrə tərtib edilməsi rəqabət üstünlüklərinin qazanılmasına yönəldilmişdir. Daha doğrusu, göstərilən strateji istiqamət üzrə hazırlanmış plan istehsalın səmərəliliyinə zəmanət verməklə logistik sistemin hər bir iştirakçısına rəqabət mübarizəsində böyük üstünlüklər vəd edir.

Bu tədbirlərin hamısı material axınlarının hərəkətini, onun proqnozlaşdırılmasını və eləcə də ən yaxşı alternativ variantların seçilməsi ilə bağlı istənilən təkliflərin qiymətləndirilməsini - təhlilini nəzərdə tutur. Adətən qiymətləndirmə konkret olaraq müəyyən göstəricilərin köməyi ilə aparılır. Belə göstəricilərdən ən geniş yayılmışı əsaslı vəsait qoyuluşunun (sərmayənin) həcmi və onun özünüödəmə müddəti, bir manatlıq əsaslı vəsait qoyuluşuna düşən gəlir kimi göstəricilər hesab olunur. Özünüödəmə müddəti göstəricisi əldə edilən mənfəət həcmi əsaslı vəsait qoyuluşunun həcminə nisbətən faizlə ifadəsidir.

Logistik sistemlər üzrə investisiya - sərmayə layihələri müxtəlif üsullarla qiymətləndirilir. Lakin tətbiq imkanları və xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq bu üsulların hər birisi xalis gəlirin səviyyəsi və əlavə mənfəət həcmi təyin edilməsi ilə bağlıdır.

Logistik sistemin iqtisadi effektivliyinin yüksəldilməsi üçün işlənib hazırlanan və təklif olunan hər bir sərmayə layihələri «layihələşdirmənin məqsədi nədən ibarətdir?», «layihələrə çəkilən xərclər və özünüödəmə müddəti necədir?» «layihə firma və müəssisənin cari və proqnozlaşdırılan fəaliyyətinə necə təsir göstərəcək?», «firmanın təşkilatı quruluşu hansı formada olacaq?», «təklif edilən layihənin reallaşdırılması nə qədər vaxt tələb edəcək?», «layihə ilə bağlı risklər hansılardır, səviyyəsi necədir və onları necə azaltmaq olar?», «təklif edilən layihə necə qiymətləndirilir?» və s. kimi sualla-

ra cavab vermək üçün təhlil olunmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində uzunmüddətli xərc kimi və həm də uzunmüddətli gəlir gətirəcəyi nəzərdə tutulan əsaslı vəsait qoyuluşunun səmərəlilik səviyyəsinin logistik sistemin iştirakçılara əvvəlcədən məlum olması çox vacib bir şərtədir. Bu məsələdə bazardakı mövcud konyuktura ilə yanaşı istehsal edilən hər bir konkret məhsulun ömür müddəti, perspektiv dövr üçün məhsulun keyfiyyət dinamikası nəzərə alınmalıdır.

Qoyulacaq sərmayənin həcmi, illik gəlirin məbləği, xərcin qaytarılma müddəti kimi göstəricilər layihələrdən ən faydalısını seçməkdən çox asılıdır. Lakin buna baxmayaraq, investisiya fəaliyyətinin əsaslı vəsait qoyuluşu növü uzunmüddətli xərclərə əsaslandığından o, bütün hallarda risklə əlaqədar olur.

Kapital uzunmüddətli istifadə edilən resurs olduğundan, xüsusilə laq həddi çoxaldıqca, qeyri-müəyyənlik artır, riskin dərəcəsi də yüksəlir. Müxtəlif layihələrin risk dərəcələri də müxtəlif olur, çünki onlardan hər birinin investor üçün məqbul mənfəət normasına təsiri də bir-birindən fərqlənir. Bu səbəbdən seçiləcəyi ehtimal olunan layihənin realizə edilmə xərci daha çox və daha yüksək gəlirli olduğu hallarda da həmin layihə risk tələb edir və buna görə də o, ciddi və hərtərəfli öyrənilməlidir.

Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf etmiş ölkələrdə əsaslı vəsait qoyuluşu ilə əlaqədar olan layihələrin qiymətləndirilməsində:

- investisiyaya orta mənfəət norması;
- investisiya qoyuluşunun geri qaytarılma müddəti – «peyk-beyk» özünüödəmə müddəti;
- daxili mənfəət norması;
- xalis cari dəyər kimi metodlardan istifadə olunur.

İqtisadi məzmununa və müəyyən edilmə metodikasına görə ümumi (mütləq) səmərəlilik və «investisiyaya orta mən-

fəət norması» göstəriciləri (metodları) arasında fərq (müəssisə miqyasında), demək olar ki, yoxdur.

Qeyd etmək lazımdır ki, investisiyaya orta mənfəət normasının hesablanma qaydası sadədir. Onun hesablanması üçün balans mənfəəti (vergi və s. məcburi ödənişlərsiz) və investisiya qoyuluşunun həcmi kimi göstəricilər istifadə olunur. Hər hansı bir layihə üzrə hesablanmış orta mənfəət norması ilə müqayisə etmək yolu ilə onun (layihənin) qəbul edilməsi və ya ondan imtina olunması haqqında ilkin qərar qəbul etmək mümkündür. Lakin bu metod bir sıra nöqsanlara malik olduğundan investisiya qoyuluşunun səmərəliliyini tam düzgün müəyyənəlmək mümkün olmur. Bu nöqsanlar əsasən aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Investisiyanın səmərəliliyi hesablanarkən pul axınlarının deyil, mənfəətin əsas kimi qəbul edilməsi;

2. Layihənin həyat tsiklində baş verəcək inflyasiyanı nəzərə ala bilməməsi;

3. Layihənin reallaşdırılmasının sonuncu ilindəki mənfəətin birinci ildəki mənfəətlə eyni cür qiymətləndirilməsi.

Daha doğrusu, özünüödəmə müddətindən asılı olmayaraq eyni həcmdə sərmayə tələb edən layihələrə bərabər, yekcins qiymətin verilməsindən ibarətdir. Məsələn, hər milyard manatdan bir ildən sonra alınan vəsait 5 ildən sonra alınan vəsaitlərlə eyni qiymətləndirilir.

İnvestisiya səmərəliliyinin müəyyən edilməsində tətbiq edilən metodlardan biri də çəkilmiş xərcin geri qaytarılma müddətidir. Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən dövlətlərdə investisiya qoyuluşunun geri qaytarılma – özünüödəmə müddəti (il hesabı ilə) – investisiyaya orta mənfəət norması göstəricisinin tərsi kimi hesablanır. Daha doğrusu, özünüödəmə metodu ən sadə olmaqla ilkin sərmayənin həcmi (Si, məsələn, 50 mlrd. manat), illik gəlirlərlə (Gi, məsələn, 45 mlrd. manat) illik xərclərin (Xi, məsələn, 35 mlrd. manat) fərqi kimi hesablanan illik qazanc kəmiyyətinə (Qi) nisbət kimi müəyyən edilir:

$$T_m = \frac{Si}{Gi - Xi} = \frac{50}{45 - 35} = 5 \text{ il}$$

Bu metodun üstünlüyü onun hesablanmasının sadəliyi, ilkin vəsait qoyuluşunun əvvəlcədən müəyyən olması, özünü ödəmə müddətindən asılı olaraq layihələrin dərəcələrə (rənglərə) bölünməsi imkanından ibarətdir.

Lakin bu göstərici investisiyaya orta mənfəət göstəricisinin tərsi kimi hesablandığından sonuncuya da yuxarıda sadalanan nöqsanlar şamil edilir. İnvestisiya xərclərinin geri qaytarılma müddəti metodunun əsas nöqsanı isə onun vasitəsilə rentabellik göstəricisinin ölçülməsindəki natamamlıqdır. Buna səbəb isə həmin metodun xərclərin geri qaytarılma müddətindən sonrakı illərdə pul daxil olmalarını özündə əks etdirə bilməməsidir.

Real vəziyyəti tam dəqiqliyi və dolğunluğu ilə aşkar etmək, başqa sözlə, layihələrdən ən faydalısını seçmək üçün tətbiq edilən metodlardan biri də, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, daxili mənfəət (rentabellik) normasıdır.

Daxili mənfəət norması metodunun mahiyyəti investisiya layihəsinin realizə edilməsindən gələcək illərdə firma və ya müəssisəyə daxil olacaq pul vəsaitinin cari dəyəri ilə firmadan çıxan (xərclənən) pul vəsaitinin cari dəyərini uyğunlaşdırmaq, müqayisə etmək məqsədilə eyni ölçüyə gətirməkdir. Buna nail olmaq üçün **diskontlaşdırma** adlanan üsuldan və hesablanmanın nəticəsi kimi diskontlaşdırma əmsalından istifadə edilir. Diskontlaşdırma əmsalı – daxili mənfəət normasının dərəcəsidir. Məhz bu əmsal – dərəcənin vasitəsilə layihənin realizə olunması zamanı illər üzrə xərclənən pul vəsaitinin cari dəyərlərini uyğunlaşdırmaq və müqayisə etmək mümkündür. Buna nail olmadan, il fərqləri təcrid edilmədən, layihələrin səmərəlilik səviyyələrinin müqayisəsində və əlverişlisinin seçilməsində riskin dərəcəsi yüksək, səhvə yol vermək isə qaçılmaz olur.

Diskont siyasəti uçot faizinin dəyişməsi yolu ilə milli

bankın qiymət səviyyəsinə, pul tədavülünə, xarici ticarətə, sahibkar mənfəətinə və s. təsirini göstərir.

Çəkilən xərcə pul daxilolmalarının vaxt müxtəlifliyindən irəli gələn cari dəyərlərindəki fərqləri yox etmək və sonrakı illərin gəlir və xərclərini cari qiymətə gətirmək üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$D = \frac{I}{(1 + Egn)^t}$$

Burada, D - diskontlaşdırma əmsəlidir (sonrakı illərin xərc və gəlirlərinin cari qiymətə gətirmə əmsəlidir);

t - diskontlaşdırılan dövrə daxil olan illərdir;

E_{gn} - diskont normasıdır (müxtəlif vaxtlarda çəkilən xərclərin eyni ölçüyə gətirmə normasıdır).

Diskontlaşdırma əməliyyatı vasitəsilə əsaslı vəsait qoyuluşunun səmərəsi nisbətən yüksək olan layihənin seçilməsi zamanı daha düzgün qərar çıxarmaq mümkün olur. Başqa sözlə, gələcək illərdə çəkiləcək xərclərin və daxil olan pul axını dəyərlərinin cari vaxta gətirilməsindən sonra, investisiya qoyuluşunun real iqtisadi səmərəliliyini hesablamaq mümkündür. Diskontlaşdırma pul vəsaitlərinin alternativ dəyər anlayışı ilə bağlıdır.

Müxtəlif investisiya layihələrinin səmərəlilik baxımından qiymətləndirmək üçün istifadə edilən metodlardan biri də xalis cari dəyər metodudur.

Xalis cari dəyər metodunun mahiyyəti layihənin həyata keçirildiyi müddətdə daxil olan və kənara çıxan pul vəsaitlərinin cari dəyərlərini və onlar arasındakı fərqi müəyyən etməkdən ibarətdir.

Gəlir kimi daxil olan pul axınının cari dəyəri il layihəyə çəkilən xərclərin cari dəyəri arasındakı fərq xalis cari dəyər kimi qəbul edilmək üçün fərq, ən azı, sıfıra bərabər olmalıdır. Xalis cari dəyərə sığorta ehtiyatı kimi baxılır.

Logistik layihələrin qiymətləndirilməsi zamanı çox vaxt inflyasiyanı nəzərə almaq lazım gəlir. Bunun üçün diskontlaşdırma əmsəlinin hesablanması üçün tətbiq edilən formulaya inflyasiyanın səviyyəsini xarakterizə edən göstərici daxil edilir. Onda investisiya layihələri üzrə gələcək dövrlərdə daxil olacaq maliyyə resurslarına görə diskontlaşdırılmış dəyər aşağıdakı formul ilə hesablanır:

$$P = \frac{I}{(1 + Egn + f)^t}$$

burada, f - inflyasiyanın səviyyəsidir.

Bütün bu qeyd edilənləri əyani olaraq nümunə əsasında izah edək. Fərz edək ki, beş il ərzində məhsulları istehlakçılara çatdırmaq üçün iki variant işlənib hazırlanmışdır. Hər bir variant üzrə əsaslı vəsait qoyuluşunun 150 min dollar olduğunu nəzərə alsaq məcmu gəlir 202560 dollar təşkil edəcəkdir.

Burada investisiya qoyuluşunun geri qaytarılma müddəti variantların ödənilməsi üçün tələb olunan illəri göstərdiyindən layihənin yerinə yetirildiyi birinci ilin sonunda 57 min dollar, ikinci ilin sonunda 102 min dollar, üçüncü ilin sonunda 136,5 min dollar, dördüncü ilin sonunda 168750 dollar geri qaytarılacaq.

Ügər nəzərə alsaq ki, il ərzində gəlirlər bərabər bölüşdürülür, bu zaman layihənin birinci variantı üzrə sərmayənin özünüödəmə müddəti 3,5; ikinci variantı üzrə isə 2,9 il olacaqdır. Özünüödəmə müddəti nöqtəyi - nəzərindən ikinci variant daha əlverişli hesab edilir.

İndi isə hər iki variant üzrə pul vəsaitlərinin diskontlaşdırılmış axınlarını hesablayaq (cədvəl 2.1).

Cədvəl 2.1

Hər iki variant üçün pul vəsaitlərinin diskontlaşdırılmış axınlarının hesablanması

İllər	Pul vəsaitlərinin təmiz axını, dollarla		Diskontlaşdırma əmsali	Pul vəsaitlərinin diskontlaşdırılmış axını, dollarla	
	Birinci variant	İkinci variant		Birinci variant	İkinci variant
Birinci	57000	7500	0,909	51813,0	6817,5
İkinci	45000	85500	0,1826	37170,0	70623,0
Üçüncü	34500	90000	0,751	25909,50	67590,0
Dördüncü	33750	18000	0,683	23051,25	12294,0
Beşinci	32250	1500	0,621	20027,25	931,5
Mənfəət	52500	52500	-	-	-
Xalis cari dəyər	7971	8256	-	7971	8256,0
Mənfəət = təmiz gəlir məbləği – kapital qoyuluşu = 202500 – 150000 = 52,5 min dollar					

Səmərəli variantın seçilməsi üçün yuxarıda sadalanan bütün metodların nəticələrindən istifadə olunur (cədvəl 2.2).

Cədvəl 2.2

Layihələrin qiymətləndirilməsi üçün müxtəlif metodların tətbiqinin nəticələri

Metod		Birinci variant	İkinci variant
1	Investisiyaya orta mənfəət norması $202500 - 15000 / 15000 \times 10\% = 35\%$	7%	7%
2	Investisiya qoyuluşunun geri qaytarılma müddəti	3,5	2,9
3	Xalis cari dəyər	7971	8256

Cədvəl 2.2-nin məlumatlarından görüldüyü kimi ikinci va-

riant daha səmərəli hesab edilir.

Logistik sistemin strategiyası işlənib hazırlandıqdan və icra edilmək üçün qəbul edildikdən sonra logistik sistem kimi mürəkkəb mexanizmin bütün elementlərinin işini səmərəli və düzgün əlaqələndirmək məqsədilə təşkilati məsələ qarşıya çıxır.

Təşkilati anlayışa iki mövqedən yanaşılır: struktur və davranış.

Logistik sistemlər əsasən firma və ya müəssisənin təşkilati quruluşuna üstünlük verir. Buna görə də təşkilati quruluşun işlənib hazırlanması zamanı adətən aşağıdakı problemlərə diqqət yetirilir:

- məqsədin qoyuluşuna və onun əsasında logistik sistemin yerinə yetirəcəyi işlərin dəqiq təfəsilatının müəyyən edilməsinə;
- logistik sistemin funksional sahələr üzrə fəaliyyət növlərinin qruplaşdırılmasına;
- səlahiyyətlərin bölüşdürülməsinə;
- bu və ya digər fəaliyyət növlərinin yerinə yetirilməsi üçün məsuliyyət və hesabatın müəyyən edilməsinə;
- logistik sistem üzrə əməliyyatların vaxtında və məhsuldar icra olunması üçün hər bir işçinin müvafiq təlimatlarla təmin edilməsinə.

Qeyd olunan bu problem məsələləri nəzərə almaqla ənənəvi - klassik üsulla təşkilati quruluş yaradılır. Belə yanaşmada idarəetmənin ali məqsədi məhz material axınlarının hərəkətinə nəzarət etməkdən ibarət olduğundan şaquli formada integrativ əlaqələrə - rəhbər heyətlə funksional bölmələr arasında xətti asılığa əsaslanır.

2.7. LOGİSTİKANIN GÖSTƏRİCİLƏR SİSTEMİ

Logistika bir elm, bir peşəkar fəaliyyət sahəsi kimi özünün konkret istiqaməti baxımından müəyyən göstəricilərlə ifadə olunan dəqiq ölçü meyarlarına malikdir. Şərtsiz olaraq logistikada ardıcıl istifadə olunan ayrı-ayrı texnologiyaların mürəkkəblik dərəcəsi və tətbiq mexanizmindən asılı olaraq bu fəaliyyət sahəsi çoxlu sayda iqtisadi göstəricilərlə xarakterizə edilir. Bu nöqtəyi – nəzərdən logistika elminin qarşısında duran əsas vəzifə logistik göstəricilərin sayının optimallaşdırılması və xarakterizə etdiyi sahənin tam mahiyyətini aşkar etmək üçün bu göstəricilərin: əldə ediləcək informasiyaların dolğunluğu baxımından maksimum, istifadəyə əlverişli olması baxımından isə minimumluğunun təmin edilməsindən ibarət olmalıdır.

Təsərrüfat praktikasında bir qayda olaraq aşağıdakı logistik göstəricilərdən geniş istifadə edilir:

- ümumi əmtəə dövriyyəsinin anbar ehtiyatlarının həcminə nisbətə müəyyənləşdirilən bütün növ ehtiyatların dövr sürəti;
- istehsal yerlərinin maddi – texniki təminatına çəkilən ümumi məsrəflər (vahid bir növ material resurslarının dövriyyəsinə çəkilən xərclər);
- konkret müddətdə ödənilmiş tələbatın həcmi ümumi tələbatın həcminə bölməklə hesablanan məhsulgöndərənlərin hazırlıq dərəcəsi (faizlə);
- logistikaya çəkilən xərclər (ümumi xərclərə faizlə nisbəti);
- gün ərzində ayrı-ayrı anbarlar üzrə material resurslarının dövr müddəti;
- vahid məhsulun göndərilməsinə çəkilən xərclər;
- daşınan yüklərin ton – kilometrə düşən xərclər;
- anbarların və nəqliyyat vasitələri parkının yüklənməsi;
- ehtiyatların saxlanması ilə əlaqədar təsərrüfat risk-

lərinin dərəcəsi.

Qeyd edilən bu göstəricilərdən əlavə olaraq logistik proseslərin bu və ya digər tərəfini qiymətləndirməyə imkan verə bilən bir sıra digər məsələ, istehsalın və məhsulgöndərmələrin ahəngdarlığı, sürəti, etibarlılığı, anbarların texniki xidmət qurğuları ilə təminat dərəcəsi, anbarlarda yerinə yetirilən əməliyyatların avtomatlaşdırılması əmsali, ayrı-ayrı anbar avadanlıqlarından istifadə əmsali, material axınlarının xarakterizə edən informasiyaların alınması, işlənməsi və ötürülməsi tezliyi, istehlakçılara xidmət səviyyəsi və s. göstəricilərdən də istifadə edilir.

Məhsulgöndərmə göstəricisi (producer goods delivery indices) – məhsulgöndərmələrin həcmi, strukturu, ahəngdarlığı və sürəti ilə xarakterizə olunur. İstehlakçılara xammal, material və ya dəstləşdirici məmulatların fiziki həcm göstəriciləri üzrə göndərilməsi ilə əlaqədar olan öhdəliyin yerinə yetirilməsi - faktiki göndərmələrin məhsulgöndərmə müqavilələrində qeyd olunmuş ümumi müqavilə öhdəlikləri ilə müqayisə etməklə müəyyənləşdirilir. Əgər məhsulgöndərmə müqavilələrində nəzərdə tutulan öhdəliklər məhsulların göndərilən fiziki həcmi ilə uyğunluq təşkil edirsə, onda məhsulgöndərmə üzrə mövcud olan öhdəliklər icra edilmiş hesab olunur. Məhsul çeşidi üzrə göndərmə öhdəlikləri də yuxarıda qeyd edilən üsulla təyin edilir.

İstehsalın ahəngdarlıq göstəricisi (variability indices) – müəyyənləşdirilən plan tapşırıqları çərçivəsində tədqiq edilən dövr ərzində (və ya hər hansı zaman kəsiyi üçün) istehsal edilən məhsulların faktiki məbləğinin bütün dövr üçün ümumi plan tapşırıqlarının həcminə nisbəti xarakterizə edir.

Anbar işlərini xarakterizə edən göstəricilərə (warehousing indices) – anbarlarda icra edilən müxtəlif xarakterli əməliyyatları kompleks təhlil etmək üçün istifadə edilən texniki iqtisadi göstəricilər sistemi aid edilir. Bu göstəricilər sistemi adətən üç iriləşdirilmiş qrup şəkilində verilir:

1. Anbar əməliyyatlarının intensivliyi göstəricisi (anbar yük dövriyyəsi, anbar yük dövriyyəsinin xüsusi çəkisi, anbarların qeyri-bərabər yüklənməsi əmsalı, yüklərin anbardan ötürülməsi intensivliyi və s.);

2. Anbar sahələrindən effektiv istifadə göstəricisi (anbarın tutumu, faydalı anbar sahəsi, anbar sahələrindən istifadə əmsalı, yük altı anbar sahələri və ya anbar sahələrinin yük gərginliyi və s.);

3. Yüklərin saxlanması səviyyəsi və maliyyə göstəriciləri (anbarların saxlanmasına çəkilən xərclər, vahid növ yükün saxlanılmasına çəkilən anbar xərcləri, anbar əlavəsi və ya gəlirləri, anbar işçilərinin əmək məhsuldarlığı, yüklərin itirilməsi və ya xarab olması tezliyi).

Anbar yük dövriyyəsi göstəricisi müəyyən vaxt (gün, ay, il) ərzində anbardan keçən müxtəlif təyinətli və çeşidli yüklərin tonlarla miqdarı kimi hesablanmaqla işin əmək tutumluğunu xarakterizə edir.

Anbar yük dövriyyəsinin xüsusi çəkisi göstəricisi bir kvadrat metr anbar sahəsinə düşən yükün miqdarını göstərir.

Anbarın qeyri – bərabər yüklənməsi əmsalı ən gərgin hesab edilən ay üzrə yük dövriyyəsinin anbarın orta aylıq yük dövriyyəsinə nisbəti kimi təyin edilir. Ton/günlərlə ifadə edilən bu göstərici anbarın ümumi işini xarakterizə etməklə ayrı-ayrı yük partiyalarının tonlarla miqdarını onun günlərlə saxlanma müddətinə vurmaqla da hesablamaq olar.

Anbardan yüklərin ötürülməsi intensivliyi göstəricisi anbarda yükün dövriyyəsinə xarakterizə etməklə yükün anbar dövriyyəsi əmsalı ilə ifadə edilir.

Anbar tutumu göstəricisi tonlarla və ya kub. metrnlərlə ifadə edilməklə yüklərin anbarda birdəfəlik, eyni vaxtda saxlanması həcmi xarakterizə edir. Yararlı anbar sahəsi göstəricisi anbar tutumunu göstəricisindən törəmə kəmiyyətdir. Anbarın tutumundan istifadə əmsalı anbarın vaxta görə qeyri - bərabər yüklənməsini və anbarın texniki tutu-

mundan istifadə dərəcəsini əks etdirir.

Qərbi ölkələrində logistik fəaliyyəti xarakterizə edə bilən 23-dən artıq göstəricilərdən istifadə edilir. Bura bir qayda olaraq:

- məhsul göndərmələrlə bağlı sifarişlərin ümumi sayının seçilmiş müddətə nisbəti;
- konkret müddətdə material resurslarına tələbatın həcmi;
- işçi heyətinə çəkilən xərclər;
- işçilərin sayı;
- işçi heyətinin sair xəstəliklərlə əlaqədar iş buraxmalarının ümumi sayı;
- anbar ehtiyatlarının anbar yük dövriyyəsinə nisbəti;
- müəyyən zaman kəsiyində verilən sifarişlərin ümumi dəyəri;
- anbar əmtəə ehtiyatlarının orta çəkisi;
- inventarizasiya göstəriciləri ilə inventarizasiya keyfiyyəti arasında fərq;
- işə çıxmayanların ümumi sayı;
- anbarda mövcud olan texniki qurğular və avadanlıqların dəyəri;
- anbar sahələrinin ümumi sayı;
- anbar dövriyyəsinin həcmi;
- ehtiyatların bərpa edilməsinə çəkilən orta vaxt müddəti;
- dövriyyələrin sayı (tezliyi);
- inventarlaşdırmaya çəkilən xərclərin inventarlaşdırmanın kəmiyyətinə nisbəti;
- məhsul göndərmələrin hazırlıq səviyyəsi;
- ümumi dövriyyədə ehtiyatların xüsusi çəkisi;
- hazır məhsulun dəyərində xammal və materialların xüsusi çəkisi və ya istehsal edilən məhsulun material tutumu;

- tədarükat üzrə sifarişlərin ümumi sayı və həcmi;
- məhsulların anbarda saxlanılmasının orta müddəti;

- məhsulların anbarlaşdırılmasına çəkilən xərclərin anbar sahələrinə nisbəti;

- sair təşkilatların logistik dövriyyədəki xüsusi çəkisi aid edilir.

Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, qeyd edilən və qərb müəssisələri tərəfindən geniş istifadə edilən bu göstəricilərin əksəriyyəti sözün ciddi mənasında logistik göstəricilər kateqoriyasına aid edilmir. Çünki, bunlar sahibkarlıq strukturu kimi fəaliyyət göstərən müəssisə və bölmələrin logistikaya xas olunmayan cəhətlərini əks etdirirlər.

Logistikanın tətbiqinin iqtisadi effektivliyi təkcə konkret göstəricilər və onların dəyişilməsi əhəmələri ilə deyil, eyni zamanda firma və şirkətlərin fəaliyyətlərinin iqtisadi və maliyyə nəticələrinə (mənfəətin artırılması, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi və s.) bu göstəricilərin təsir dərəcəsi ilə qiymətləndirilir.

Logistikanın öz texnologiyasını və fiziki bölüşdürmə sistemi kimi keyfiyyətini qiymətləndirmək lazım gələrsə o, aşağıdakı göstəricilərlə xarakterizə edilməlidir:

- məhsuldaşımaların sürəti;
- məhsul göndərmələrin etibarlılığı;
- tələbatların tez ödənilməsi üçün sistemin qabiliyyəti.

FƏSİL 3. LOGİSTİK İDARƏETMƏNİN OBYEKT LƏRİ

3.1. MATERIAL AXINLARI VƏ ONLARIN PARAMETRLƏRİ

Logistikanın elm sahəsi kimi tədqiqat obyektini, sahibkarlıq fəaliyyəti kimi isə idarəetmə obyektini material, informasiya, maliyyə, kadr və s. axınlar sistemi təşkil edir. Material resurslarının hərəkətinin ənənəvi formada idarə edilməsindən fərqli olaraq logistik prinsiplər əsasında idarə edilməsinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, müasir iqtisadi şəraitdə idarəetmə obyektini axınlar (material, maliyyə, informasiya, kadr və s.) - tamın hissələri kimi qəbul edilən çoxlu obyektlər təşkil edir. Lakin maliyyə, informasiya, kadr və s. axınlar material axınlarından törəmə olduqlarından, daha doğrusu, material axınlarının əmələ gəlməsi sadalanan idarəetmə obyektlərinin yaranmasına birbaşa təsir göstərdiyindən ilk öncə bu axınların iqtisadi təbiətinin öyrənilməsi logistika elminin ən mühüm problemi hesab olunur.

1980-ci illərin əvvəllərindən etibarən dünya təsərrüfat sistemində baş verən iqtisadi dəyişikliklər təkrar istehsal prosesinin bütün fazaları üzrə material axınlarının idarə edilməsi məsələsini daha da aktualaşdırdı və onun diqqət mərkəzində saxlanılmasını elmi və praktiki işçilərin həyatı probleminə çevirdi. Bununla əlaqədar olaraq bu gün iqtisadi fəaliyyət sahəsi kimi təfəkkür tərzinə çevrilən logistika təkmilləşmək üçün istehsal, kommərsiya, ticarət, nəqliyyat, anbar, tədarükat, satış və s. üzrə differensiallaşdırılıb.

Burada mühüm – diqqət cəlb edən məqam ondan ibarətdir ki, bu sahədə mövcud iqtisadi ədəbiyyatların çox olması və ya logistikanın ayrı-ayrı fəaliyyət sahələr üzər differensiallaşdırılmasına baxmayaraq onun əsas, başlıca kateqoriyası bir – birilə üzvi əlaqədə olan material axınları və ehtiyatlardır. Təbii ki, uzun müddətli dövr üçün bütün re-

surslar məcmusu material axınları formasında mövcud olur. Material ehtiyatları isə axınların tərkib hissəsi olduqlarından ümumi logistik dövrə üçün epizodik xarakter kəsb edir. Yəni, material resurslarının ilkin mənbədən son istehlakçıya qədər hərəkəti zamanı ehtiyatlar bu axınların yalnız müəyyən bir mərhələsində (istehsal sferasında istehsal və hazır məhsul, mübadilə sferasında nəqliyyat və əmtəlik, istehlak sferasında isə istehsal və fərdi ehtiyatlar formasında) yaranır və yenidən axın prosesinə qoşularaq logistik funksiyaların həyata keçirilməsini təmin edir. Daha doğrusu, əgər material və onlara uyğun informasiya və maliyyə axınları bir proses kimi dinamikliyi ilə səciyyələnirsə, ehtiyatlar isə bu proseslə müqayisədə stoxastik xarakter daşıyır. Lakin material axınları və ehtiyatlara praqmatik planda qısa zaman kəsiyi üçün paritet logistik kateqoriya kimi baxılması daha məqsədəuyğundur.

Axın – müəyyən vaxt müddətində mütləq vahidlərlə ölçülən, müxtəlif vaxt intervallarında konkret proses kimi mövcud olan və tam vahid formada qəbul edilən obyektlər məcmusudur. Axın parametrləri – baş verən prosesi xarakterizə edən parametrlərdir.

Ehtiyatlar – mütləq vahidlərlə ölçülən və bir neçə ayrı – ayrı konkret vaxt intervallarında mövcud olan obyektlərin sayını xarakterizə edən kateqoriyadır.

Ehtiyatların statistik kəmiyyəti ilə axınların dinamik xarakteri arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur:

- **axın** – ehtiyatların dəyişilməsi prosesini xarakterizə edir;

- **ehtiyatlar** – isə axınların dəyişilməsi və yığılması nəticəsini əks etdirir.

Axın və ehtiyatlar kateqoriyası makroiqtisadi modelləşdirmədə geniş istifadə olunur və onlar ümümləşdirilmiş iqtisadi kateqoriyaların tərkib hissələridir. Eyni zamanda logistik qanunauyğunluqlar ümumiqtisadi qanunların nisbi mənada (hissəvi) təzahür formasıdır. Daha doğrusu, bütün

logistik qanunauyğunluqlar məhz ümumiqtisadi qanunlardan törəmədir və onların tələbi əsasında yaranır. Bu qanunların fəaliyyət prinsipləri və tətbiq şərtlərindən asılı olaraq bir sıra iqtisadi tədqiqatlarda axın və ehtiyatlar arasında fərq o qədər də nəzərə çarpmır.

Axınları xarakterizə edən parametrlər əsasən aşağıdakılardan ibarətdir:

- ilkin və sonuncu axın məntəqələri;
- axınların hərəkət marşrutunun trayektoriyası;
- axın yolunun uzunluğu;
- hərəkətin sürəti və vaxtı;
- aralıq məntəqələr və onların sayı;
- axınların intensivliyi.

Axınları təsvir etmək məqsədi ilə elmi və praktiki fəaliyyətdə onların sadə formada təsnif edilməsi zəruriyyəti meydana çıxır. Bu məqsədlə aşağıdakı təsnifləşdirmə əlamətlərindən istifadə olunur.

1. **Baxılan sistemə münasibətinə görə**

a) **daxili axınlar** – konkret sistem daxilində hərəkət edən axınlar:

$$P \in S$$

burada, P - axın;

S – baxılan sistem;

b) **xarici axınlar** – sistemə kənarından daxil olan və ya bu sistemi tərk edən axınlar:

$$P_1 < S, \quad P_2 > S$$

2. **Fasiləsizlik dərəcəsinə görə:**

a) **fasiləsiz axınlar** – hər hansı vaxt intervalında axın trayektoriyası üzrə müəyyən sayda obyektlər arasında mövcud olan - hərəkət edən axınlar:

$$R = \int t(t) dt$$

b) **diskret axınlar** - müəyyən vaxt intervalında yerlərin dəyişən obyektlər tərəfindən yaradılan axınlar:

$$R = \sum_{i=1}^n P_i$$

3. Müntəzəmlik dərəcəsinə görə:

a) **determinləşdirilmiş axınlar** - hər hansı vaxt intervalında parametrlərin müəyyənliyi ilə xarakterizə olunan axınlar:

$$R = f(t)$$

b) **stoxastik axınlar** - hər hansı vaxt intervalında konkret - məlum ehtimalıq dərəcəsinə uyğun, müəyyən kəmiyyətlərə malik olan parametrlərin təsadüfi xarakter daşması ilə səciyyələnən axınlar:

$$R_f = \sum_{i=1}^n P_{fi} = 1$$

burada, R - axınların ehtimal olunan vəziyyəti.

4. Sabitlik dərəcəsinə görə:

a) **sabit axınlar** - müəyyən vaxt intervalında parametrlərin aldıkları ədədi qiymətlərin sabitliyi ilə xarakterizə olunan axınlar:

$$R = f(t) = const; \quad t_1 < t < t_2$$

b) **qeyri-sabit axınlar** - axınların dəyişməsi fluktuasion (qərarlılıq, enib - qalxma) xarakter daşıyır:

$$R = f(t) \neq const$$

5. Dəyişkənlik dərəcəsinə görə:

a) **stasionar axınlar** - konkretləşdirilən, müəyyənləşdirilən proseslər üçün xarakterik olan axınlar. Bu axınların intensivliyi sabit ədədi kəmiyyətdir:

$$Q = n/t = const$$

burada, Q - axınların intensivliyi;

n - vahid vaxt müddəti ərzində konkret obyektədən ötürüb keçən axınların miqdarı;

t - axınların dövr müddəti;

b) **qeyri - stasionar axınlar** - konkretləşdirilməyən, müəyyənləşdirilməyən proseslər üçün xarakterik olan axınlar. Bu axınların intensivliyi müəyyən müddət ərzində dəyişən qeyri - sabit (müxtəlif) ədədi kəmiyyətdir:

$$Q = f(t) \neq const$$

6. Axın elementlərinin yerdəyişməsi xarakterinə görə:

a) **bərabər axınlar** - eyni zaman kəsiyində (t) obyektlər arasında yerdəyişmənin sabit və bərabər sürətli (V) olması ilə xarakterizə olunan axınlar. Bu zaman obyektlər arasında axınların başlanğıc və son hərəkət intervalı bərabər olur:

$$S = V \times t$$

b) **qeyri - bərabər axınlar** - obyektlər arasında axınların yerdəyişməsi sürətinin (artma, azalma, yolda dayanma, gecikmə və s.) və axınların başlanğıc hərəkəti ilə (göndərilməsi) və son hərəkəti (qəbul edilməsi) arasında vaxt intervalının qeyri - sabitliyi ilə xarakterizə olunan axınlar:

$$S = V \times t; \quad V \neq const$$

7. Dövrülük dərəcəsinə görə:

a) **dövri axınlar** – parametrlərin sabitliyi (və ya onların dəyişilməsi konkret zaman kəsiyi (T) üçün sabit xarakter daşıyır) ilə xarakterizə olunan axınlar:

$$P = f(T)$$

b) **dövri olmayan axınlar** – parametrlərin dəyişilməsində konkret qanunauyğunluğun olmaması ilə xarakterizə olunan axınlar:

$$P = f(t); \quad t_i \neq T$$

8. Axın parametrlərinin dəyişməsinin əvvəlcədən verilmiş ahəngə uyğunluq dərəcəsinə görə:

a) **ahəngdar axınlar**;

b) **qeyri-ahəngdar axınlar**.

9. Mürəkkəblik dərəcəsinə görə:

a) **sadə (differensiallaşdırılmış) axınlar** – bir növ obyektlərdən ibarət olan axınlar:

$$P \in \{P_i\}$$

b) **mürəkkəb (inteqrallaşdırılmış) axınlar** – müxtəlif obyektləri birləşdirən axınlar:

$$P = \sum_{i=1}^n P_i$$

10. İdarəetmə dərəcəsinə görə:

a) **idarə olunan axınlar** - idarəetmə sistemi tərəfindən r_i idarəetmə təsirlərinə adekvat reaksiya verən axınlar:

$$P = f(\{r_i\})$$

b) **idarə olunmayan axınlar** - idarəetmə sistemi tərəfindən konkret r_i təsirlərinə məruz qalmayan axınlar:

$$P \neq f(\{r_i\})$$

Qeyd olunan bu təsnif etmə əlamətləri nəzəri və praktiki işçilər tərəfindən ümumi formada qəbul edilmişdir. Belə təsnif etmə əsasən logistik nöqteyi – nəzərdən material axınlarının öyrənilməsinə və onların tənzimləməsi üçün müvafiq mexanizmin tətbiqinə imkan verir. Lakin istehsal və mübadilə sferasında logistik axınların kəmiyyətə çoxluğu və nəticə ehtibarını ilə istehsal və mübadilə sferasında iqtisadi gərginliyin artması bu axınların daha bir əlamət üzrə təsnif edilməsi zəruriyyətini yaradır.

Yaranan obyektlərin xarakterinə görə logistikada material, nəqliyyat, enerji, pul vəsaitləri, informasiya, insan, kosmik, hərbi və s. tipli axınlardan da istifadə olunur. Təbii ki, belə təsnif etmənin aparılması bu və ya digər nöqteyi – nəzərdən əhəmiyyətli olsa da iqtisadi baxımdan logistika üçün sadalanan axınların hamısı deyil, yalnız bəziləri - material, nəqliyyat, enerji, pul vəsaitləri, informasiya axınları daha artıq maraq kəsb edir.

Logistikanın təşəkkül tapdığı illərdə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisə çərçivəsində material obyektlərinin yer dəyişməsinin kompleks idarə edilməsinə istər elmi, istərsə də praktiki baxımdan təşəbbüslərin göstərilməsi «roxrematika» anlayışının (bütün material axınlarını özündə birləşdirən sistemi xarakterizə edir) əmələ gəlməsinə səbəb olmuşdur. Roxrematika - inteqrativ sistem kimi istehsal və bölüşdürmənin əsas funksiyalarını nəzərdə tutan və əmtələrin yerdəyişməsi, emalı, saxlanması və bölüşdürməsi kimi alt funksiyaların effektiv kombinasiyasını öyrənən material axınlarının idarə edilməsi haqqında elmdir.

Logistika və roxrematika elmlərinin tədqiqat obyektini material axınları təşkil etsə də onların arasında prinsipial fərqlər mövcuddur. Daha doğrusu, onları eynicinsli hesab etmək doğru deyil. Birincisi, roxrematika yalnız və yalnız material axınlarına əsaslanırsa, bu zaman logistika sistemli yanaşma prinsipi üzrə bütün axınlar məcmusuna söykənilir. İkincisi, roxrematika bir təsərrüfat subyektinin fəaliyyət dairəsi ilə məhdudlaşır. «Tədarükat - istehsal – satış» açıq sistemi üzrə fəaliyyət göstərən logistika daha böyük intervalı: ilkin xammal və material mənbəyindən son – hazır məhsulun satışına qədər bütün mərhələləri əhatə edir. Beləliklə, roxrematika logistikanın yaranma mərhələsi kimi deyil, onun tərkib hissəsi kimi başa düşülməlidir.

Müasir logistika material axınların aşağıdakı kateqoriyalarına söykənir

Material axınları - müxtəlif logistik (nəqliyyat, anbarlaşdırma və s.) və (və ya) texnoloji (mexaniki emal, yığım, və s.) əməliyyatlar zamanı nəzərdən keçirilən və konkret vaxt intervalına aid olunan məhsullar - yük, hissələr, əmtəə – material qiymətliləri və sairədir.

Logistika böyük praktiki əhəmiyyətə malik fəaliyyət sahəsidir. Logistik prinsiplər və metodlardan qeyd olunduğu kimi həm inzibati amirlik sistemində (ierarxiya quruluşunda geniş də olmasa) istifadə olunmuş və həm də bazar iqtisadiyyatı sistemində hərtərəfli tətbiq olunur. Lakin ixtiyarı sistemdə təsərrüfat subyektləri arasında qarşılıqlı münasibətlər bazarda formalaşır və onun işlək mexanizmlə tənzimlənir.

Təbii ki, ierarxiya sistemi bazarın tənzimləmə aləti hesab olunan qiymət siqnallarına, qiymət faktoruna deyil, məhz təşkilat və müəssisələrin rəhbərləri, eləcə də dövlət idarəetmə orqanları şəxsində mütləq idarəetmə hakimiyyətinə əsaslanırdı. Bu sistem iqtisadi göstəricilər və kateqoriyalardan daha çox istehsalçı və istehlakçının «sərbəst» fəaliyyətini nəzərdə tutan, kim istehsal etməli, nə istehsal etməli, kimə satmalı, necə satmalı, nə qədər satmalı kimi suallara direktiv idarəçilik metodları kondeksindən cavab verilməsi-

nə üstünlük verirdi. Yəni, resursların bölgüsü sərt mərkəzləşdirilmiş formada həyata keçirilirdi. Bu isə nəticə etibarilə alqı – satqı əməliyyatları ilə bağlı əqdlərə formal xarakter verməklə «bazar» əlaqələrinin deformasiyasına əlverişli şərait yaradırdı.

Beləliklə, ierarxiyanın çatışmayan cəhətləri mübadilə sferasını bütün iştirakçılara imkan verirdi ki, onların hər biri fəaliyyətlərinin nəticələrini qiymətləndirmək üçün «özlərinin xüsusi» göstəricilərindən istifadə etsinlər. Aşağıdakı cədvəl 3.1 -də mübadilə sferasının iştirakçıları və onların tətbiq etdikləri göstəricilər verilmişdir.

Cədvəl 3.1

Mübadilə sferasının iştirakçıları və onların fəaliyyətini xarakterizə edən əsas göstəricilər

Mübadilə sferasının iştirakçıları	Əsas göstəricilər
Malgöndərən	Material resursları (ədəd, ton)
Istehlakçı	Material resursları (ədəd, ton)
Təchizat – satış təşkilatları	Əmtəə dövriyyəsi (manatla)
Nəqliyyat	Ton; ton.kilometr

Bu göstəricilərə görə vahid sistemi - vahid göstəricilər sistemini, daha doğrusu, material axınlarının ölçü vahidlərini müəyyənləşdirmək mümkün deyildi. Qeyd olunan göstəricilər yalnız mübadilə sferası iştirakçıları üçün effektivlik və əlverişlik baxımından imitasiya rolunu oynayırdı.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində material axınlarının ölçü vahidləri əsasən nəqliyyat kütləsi, nəqliyyat yolu və nəqliyyat vaxtı hesab edilir.

Nəqliyyat kütləsi (K) – tədqiq edilən istehsal və ya nəqliyyat vahidlərinin sayıdır. Logistikada nəqliyyat kütləsi vektorial və skalyar kəmiyyət kimi nəzərdən keçirilir.

Skalyar nəqliyyat kütləsi hərəkətsiz (sabit, dayanıqlı) və hərəkətdə olan vahidlərdən ibarətdir. Yerdəyişmə ilə bağlı hərəkətin nəzərdə tutulan və ya baş verməsi istiqaməti

məlum deyil. Skalyar nəqliyyat kütləsi tonlarla ölçülür.

Vektorial nəqliyyat kütləsi – göndərmə (mənbə) və təyinat məntəqələri, habelə əksər hallarda daşıma vaxtı haqqında informasiyaları zaman və məkan nöqtəyi - nəzərindən xarakterizə edir. Daha doğrusu, vektorial nəqliyyat kütləsi müəyyən sahədə konkret vaxt vahidi ərzində yük vahidlərinin və nəqliyyat vasitələrinin kəmiyyətidir. Bu kəmiyyət üçün nəqliyyat vasitələrinin bu və ya digər növünün istifadə dərəcəsindən asılı olmayaraq (əgər nəqliyyat kütləsi fiziki ölçü vahidləri ilə verilmişsə) «brutto» və «netto» tətbiq olunur.

Nəqliyyat göndərmə mənbəyi dedikdə konkret məqsəd bazarları və ya onun segmenti üçün yükdaşımalara ehtiyacın, tələbin yarandığı məntəqə və rayon, **nəqliyyat təyinat məntəqəsi** dedikdə isə yüklərin qəbul olunduğu son dayaq məntəqəsi (terminallar) və rayonu başa düşülür. Hərəkət prosesində nəqliyyat kütləsi ayrıca nəqliyyat daşımaları kimi, lakin ayrıca məntəqələr və ya onları məcmusu arasında yerdəyişmə zamanı isə material (nəqliyyat) axınları kimi qiymətləndirilir.

Nəqliyyat yoluna (L) – yük vahidlərinin daşınmasına ehtiyac yaranan ilkin – göndərmə məntəqələrindən təyinat məntəqələrinə qədər onların nəql edilməsi vasitəsi kimi deyil, eyni zamanda bu iki məntəqə arasında məsafə kimi baxılır. Nəqliyyat yolu yük daşımalarda iştirak edən tərəflərin nöqtəyi - nəzərindən vektorial kəmiyyətdir. Yəni, nəqliyyat yolu ilkin – göndərmə məntəqəsi ilə son təyinat məntəqəsi arasında birbaşa xətti asılılığı ifadə edir. Odur ki, konkret vəzifələrdən asılı olaraq yük vahidlərinin qət etdiyi faktiki yolun (adətən, bu yol, marşrut üzrə hərəkət, yüklərin daşınması üzrə konkret marşrut və ya qısa yol formasında ifadə olunur) həqiqətən nəzərə alınmasına zəruriyyət yaranır. Nəqliyyat yolunun uzunluğu metr, kilometr və dəniz mili kimi uzunluq ölçü vahidləri ilə müəyyənləşdirilir.

Nəqliyyat vaxtı (T) – yük vahidlərinin ilkin göndərmə məntəqələrindən son təyinat məntəqələrinə qədər daşınması prosesinə sərf olunan minimum zəruri vaxtdır. Burada, nəq-

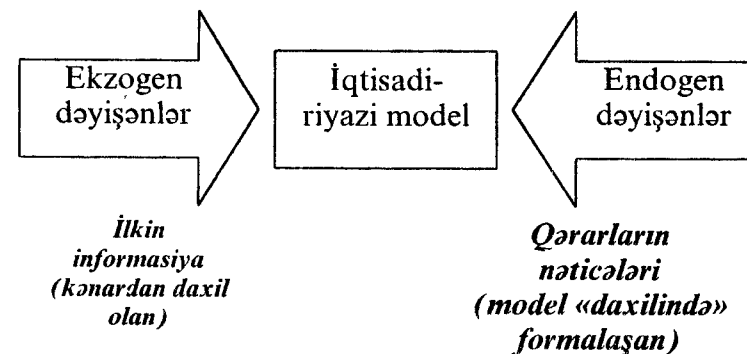
liyyat kütləsinin hərəkət vaxtı ilə nəqliyyat kütləsinin yolda olması vaxtını fərqləndirmək lazımdır.

Hər bir nəqliyyat növü üçün nəqliyyat vaxtı müxtəlifdir.

Nəqliyyatın işi (ML) skalyar nəqliyyat kütləsinin (M) vektorial yola (L) vurulması ilə müəyyənləşir. Bu zaman birinci vuruğu fiziki ölçü vahidləri ilə ifadə olunan kütlə, ikinci vuruğu isə həqiqətən faktiki qət edilmiş yol və ya tarifi məsafəsi götürülür.

Beləliklə, material axınları konkret zaman kəsiyində bir istiqamətə daşınan ayrı-ayrı yük vahidlərinin tonlarla ifadə edilən kütləsi ilə ölçülür.

Ümumiyyətlə, bazar iqtisadiyyat şəraitində material axınları iki növ: ekzogen (ilkin informasiyalar) və endogen (model daxilində formalaşan qərarların nəticələri) dəyişənlərə malik iqtisadi modelin bazasında formalaşır. Bu modelin başlıca məqsədi ekzogen dəyişənlərin endogen dəyişənlərə təsirini aşkar etməkdən ibarətdir:



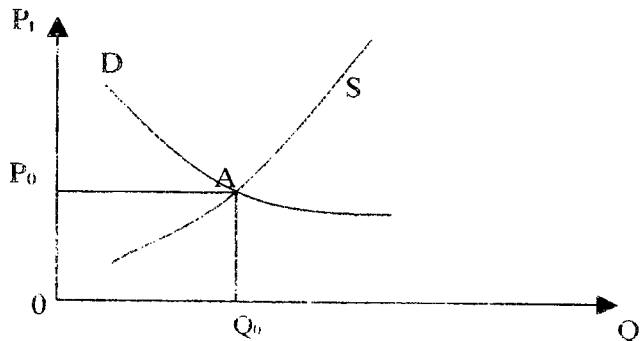
Şəkil 3.1. İki dəyişənlərə malik iqtisadi model

İqtisadi model üç səviyyədən ibarətdir:

1. Material axınlarına tələbat məhsuldaşımalar üzrə tariflərdən və istehlakçıların məcmu gəlirlərindən asılıdır.
2. Təklif məhsul daşımalar üzrə tariflərdən və məhsu-

lun qiymətindən asılıdır.

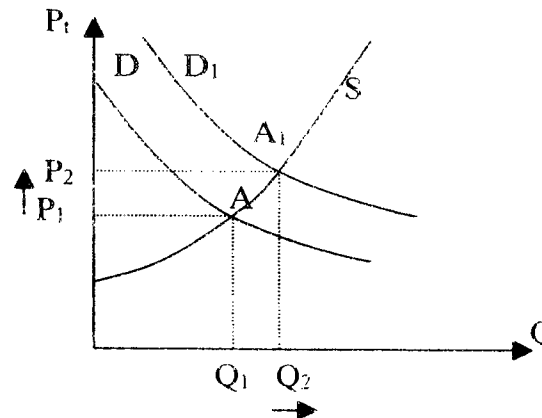
3. Material axınlarının optimal həcmi və optimal qiyməti tələb və təklifin bərabərliyi tarazlaşdırılması zamanı təmin edilir (şəkil 3.2).



Şəkil 3.2. Tələb və təklif qrafiki: D-tələb; S-təklif; P-qiymət; Q-material axınları

Material axınlarının optimal həcmi tələb və təklifin kəsişdiyi A nöqtəsində müəyyən edilir. Bu nöqtədə məhsuldaşımaların qiymətilə bu qiymətə müvafiq olaraq tələbə uyğun gələn optimal material axınları arasında tarazlıq yaranır.

Eyni zamanda material axınlarında müxtəlif dəyişikliklər baş verə bilər. Belə ki, istehlakçıların məcmu gəlirləri artdıqca material axınlarına tələbat artır, yəni, bir ekzogen dəyişiklik – məcmu gəlir iki endogen dəyişikliklərə – məhsuldaşımalar üzrə tariflərə və material axınlarının həcminə təsir göstərir. Daha doğrusu, istehlakçı gəlirləri material axınlarının həcmi və məhsuldaşıma tarifləri ilə düz mütənəsiblik təşkil edir (şəkil 3.3).



Şəkil 3.3. Material axınlarının və məhsuldaşıma tariflərinin dəyişməsi qrafiki

Material axınlarının kəmiyyətcə dəyişməsinə digər mövcud göstəricilərdə təsir göstərir. Belə göstəriciləri qiymət determinantı, yəni qiymətdən asılı olmayan faktor adlandırırırlar.

Bazar təklifinin qiymət determinantına aşağıdakılar aid edilir:

- istehlakçıların üstünlüyü;
- konkret məqsəd bazarında istehlakçıların sayı;
- istehlakçıların real pul gəlirləri.

Bazar tələbinin qiymət determinantına isə:

- resursların qiyməti;
- istehsal texnologiyası;
- vergi və dotasiyalar;
- konkret məqsəd bazarında satıcıların sayı aid olunur.

Konkret iqtisadi sahələrdə material axınlarına (əgər məhsul vahidi heç bir yerdəyişməyə məruz qalmırsa və ya dəyişmənin baş verdiyi istiqamət haqqında heç bir şey məlum deyilsə) skalyar kəmiyyət kimi baxılır. Lakin nəqliyyat kütləsinin daşınması zamanı material axınları (əgər nəq-

liyyat kütləsinin daşınması üçün müvafiq göstəriş və ya sərəncam mövcuddursa) vektorial kəmiyyət kimi də nəzərdən keçirilir.

Material axınları müəyyən parametrlərlə xarakterizə olunur və bir sıra əlamətlər üzrə təsnif edilir. Belə parametrlərə əsasən aşağıdakılar:

- məhsulların nomenklaturası, çeşidi və kəmiyyəti;
- qabarit xarakteristikası (həcm, sahə, xətti ölçülər);
- çəki xarakteristikası (ümumi kütlə, bruttonun çəkisi, nettonun çəkisi);
- yüklərin fiziki – kimyəvi xarakteristikası;
- tara (qablaşdırmanın) xarakteristikası;
- alqı – satqı müqavilələrinin şərtləri;
- nəqliyə və sığortalaşdırma şərtləri;
- maliyyə (dəyər) xarakteristikası;
- məhsulların yerdəyişməsilə əlaqədar digər fiziki bölüşdürmə əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi şərtləri və s. aid edilir.

Göstərilən hər bir parametr müəyyən həcmə malik informasiyalarla əlaqədardır, əksər parametrlər isə maliyyə göstəriciləri - xərclər, qiymət, tariflər və s. ilə məhdudlaşır. Qeyd etmək lazımdır ki, məkan və zaman baxımından informasiya və maliyyə axınları material axınları ilə üst – üstə düşmür, yəni onunla eyniyyət təşkil etmir. Odur ki, informasiya və maliyyə axınlarını bir növ abstraktlaşdırmaqla material axınlarını logistik nöqtəyi – nəzərdən aşağıdakı kimi təsnif etmək olar.

1. Logistik sistemə münasibətinə görə:

- **Xarici material axınları** - logistik sistemin kənarında - xarici mühitdə cərəyan edən axınlar;
- **Daxili material axınları** - logistik sistemin daxilində mövcud olan axınlar;

- **Giriş material axınları** - xarici mühitdən logistik sistemə daxil olan axınlar;

- **Çıxış material axınları** - logistik sistemdən ətraf - onu əhatə edən xarici mühitə daxil olan axınlar;

2. Material qiymətlilərinin tərkibinə görə:

- **Birçəşidli material axınları;**
- **Çoxçəşidli material axınları.**

Məhsulların çeşidi bir – birindən cinsinə, tipinə, ölçüsünə, markasına, xarici görkəminə və digər əlamətlərə görə fərqlənən müəyyən növə və ada malik məhsulların tərkibidir.

Məhsulların çeşidi qrup, növ və növ daxilinə bölünür. Qara metallurgiyada məhsulların genişləndirilmiş çeşidi sortlaşdırma, meşə və ağac emalı sənayesində isə sortimet adlanır.

3. Nomenklaturasına görə:

- **birnövlü (birməhsullu);**
- **çoxnövlü (çoxməhsullu);**

Perspektiv iqtisadi proqnozların və siyasətin formalaşdırılması külli miqdarda iri həcmli iqtisadi – statistik məlumatların işlənməsi və təhlil edilməsi, bu məlumatların istehsal, fəaliyyət, məhsul (xidmət) və əmtəyə görə homogen (oxşar) qruplara bölünməsinə tələb edir. İqtisadi statistik məlumatların qruplaşdırılması və təhlili müəyyən standartlarının tətbiqi vasitəsi ilə həyata keçirilir. Ümumi ünsiyyət vasitəsi rolunu oynayan belə standartlar təsnifatlar adlanır.

Uzun illər boyu müxtəlif ölkələrdə milli təsnifatlar yaradılmış və onlardan istifadə edilmişdir. Məsələn, keçmiş Sovetlər birliyinə məxsus ölkələrdə, o cümlədən Azərbaycan Respublikasında məhsulların təsnif edilməsi və kodlaşdırılması xalq təsərrüfatı sahələrində istehsal olunan məhsulların ümumittifaq kodlaşdırılması MÜK-1 - sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının sinif, alt sinif və digər əlamətlər qrupuna uyğun sistemləşdirilmiş siyahısı əsasında

aparılırdı və iki: təsnifat (T) və identifikasiya (A) hissələrin dən ibarət idi. Bundan başqa xarici ölkələrdə məhsulların təsnifatı və kodlaşdırılması zamanı:

BSTT – Beynəlxalq Standart Ticarət Təsnifləşdirmə sindən;

GÖŞN – Gömrük Əməkdaşlığı Şurasının Nomenklaturasından da istifadə edilirdi.

Bu təsnifatlar sistemi ayrı-ayrı ölkələrin spesifik inkişaf xüsusiyyətlərindən irəli gələrək daxili tələbləri ödəsə də, ölkələrarası iqtisadi əlaqələrin genişləndiyi bazar iqtisadiyyatı şəraitində beynəlxalq müqayisələr üçün yararlı ola bilməzdi. Odur ki, ölkəmizdə beynəlxalq təsnifatlar sisteminin yaradılmasına, milli təsnifatların beynəlxalq təsnifatlara uyğunlaşdırılmasına, onların beynəlxalq standartların tələblərə cavab verə biləcək formada qurulmasına ehtiyac yaranmış və nəticə etibarlı ilə ümumsahə təsnifatından daha da xırdalanmış əmtə təsnifatınadək, təyinatına görə çox geniş çeşidli müasir beynəlxalq təsnifatlar sistemi işlənilib hazırlanmışdır.

Ölkəmizdə milli «İqtisadi Fəaliyyət Növlərinin Təsnifatı» yaradıldıqdan sonra ikinci mərhələ kimi «Məhsul Növlərinin Təsnifatı» işlənilib hazırlanmışdır.

Bu təsnifatın işlənilib hazırlanması istər dövlətlər arası, istərsə də ölkə daxilində informasiya mübadiləsi zamanı iqtisadi fəaliyyətin nəticəsi hesab olunan məhsul növlərinə böyük maraq göstərilməsilə əlaqədardır. Qeyd olunan təsnifatda məhsul anlayışı ictimai əməyin nəticəsi olaraq özündə daşınar və daşınmaz əmlak, məhsul və xidmət növlərini cəmləşdirir.

Beynəlxalq praktikada məhsul növləri təsnifatı kimi Avropa İqtisadi Birliyinin Statistika Komissiyası tərəfindən hazırlanmış və tətbiqi bu birliyə daxil olan ölkələr üçün məcburi sayılan SRA təsnifatıdır ki, o da öz növbəsində həmin komissiya tərəfindən hazırlanmış fəaliyyət növləri təsnifatı - NASE ilə uzlaşdırılmışdır.

Respublikamızda tətbiqi məqsədə uyğun hesab edilən Məhsul Növləri Təsnifatı Avropa İqtisadi Birliyinin Statistika Komissiyasının NASE təsnifatı ilə uzlaşdırılmış SRA təsnifatının bazası əsasında və Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti tərəfindən təsdiq edilmiş «Azərbaycan Respublikasında beynəlxalq praktikada qəbul edilmiş uçot və statistika sisteminə keçilməsinin Dövlət Proqramı» - nın tələblərinə uyğun olaraq Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən hazırlanmışdır.

Məhsul Növlərinin Təsnifatı Avropa İqtisadi Birliyinin SRA təsnifatı əsasında, həmin təşkilatın Məhsul Növlərinin Təsnifatı haqqında 3696/93 sayılı 29 oktyabr 1993-cü il tarixli qərarının tələblərinə uyğun olaraq SRA – təsnifatının 6 rəqəmli koduna 7-ci və 8-ci rəqəmlərin əlavə edilməsi və ölkəmizin istehsal və xidmət sahələrinin spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla işlənilib hazırlanmışdır.

MNT iki hissədən (ad və kod) və yeddi səviyyədən ibarətdir.

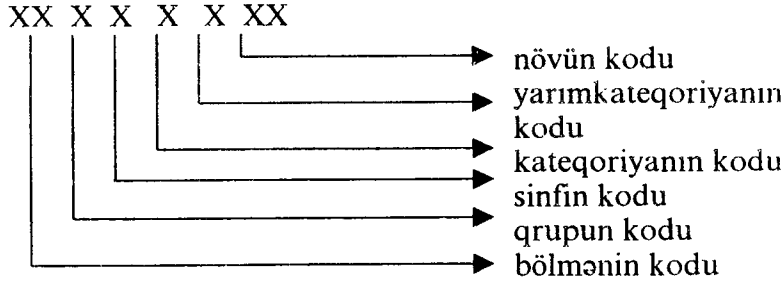
- birinci səviyyə hərflə kodu ilə işarə edilmişdir (17 seksiya);
- aralıq səviyyə iki hərflə kodla işarə edilmişdir (31 alt seksiya);
- ikinci səviyyə iki rəqəmli kodla işarə edilmişdir (60 bölmə);
- üçüncü səviyyə üç rəqəmli kodla işarə edilmişdir (221 qrup);
- dördüncü səviyyə dörd rəqəmli kodla işarə edilmişdir (503 sinif);
- beşinci səviyyə beş rəqəmli kodla işarə edilmişdir (946 kateqoriya);
- altıncı səviyyə altı rəqəmli kodla işarə edilmişdir (2303 yarımkateqoriya);
- yeddinci səviyyə səkkiz rəqəmli kodla işarə edilmişdir (3851 növ).

MNT altıncı səviyyəyədək SRA təsnifatı ilə üst-üstdə

düşür. Yeddinci səviyyədə Azərbaycan Respublikasının istehsal və xidmət sahələrinin spəsifik xüsusiyyətlərini nəzərə alan, lakin SRA təsnifatında sərbəst kodla təsnif olunmayan məhsul növləri göstərilmişdir.

MNT-də ehtiyat növ kodları üçün sahələr nəzərdə tutulmuşdur ki, bu da zəruri hallarda metodoloji göstərişləri pozmadan yeni məhsul növlərinin artırılmasına imkan verir.

MNT -nin kod strukturunun sxemi aşağıdakı kimidir:



Məsələn, Seksiya S - Mədən çıxarma sənayesi və kaxana hasilatı məhsulları;

Alt seksiya SV – Metal filizləri və mədən çıxarma sənayesinin digər məhsulları;

Bölmə 13 – Metal filizləri;

Qrup 13.2. – Uran və torium filizlərindən başqa əlvan metal filizləri;

Sınıf 13.20 - Uran və torium filizlərindən başqa əlvan metal filizləri;

SRA 13.20.1 Əlvan metal filizləri və konsentratlar;

MNT 13.20.11.00 - Mis filizləri və konsentratları;

13.20.12.00 – Nikel filizləri və konsentratları.

Material axınlarının identifikasiyası üçün mühüm əhəmiyyəti ştrixləşdirilmiş kodlaşdırma (informasiya logistikası fəslində daha ətraflı şərh edilib) təşkil edir.

4. **Yük vahidlərinin xarakteri və massivliyinə (iriliyi və ağırlığı) görə:**

- **ağır çəkili material axınları** - bu axınlar kiçik həcmli və yüksək sıxlığa malik yüklərdən yaranır, bir yerin kütləsi dəmir yolu daşımalarında 500 kq, dəniz nəqliyyatında isə 1000 kq – dan çox olur;

- **böyük çəkili material axınları** - 100 kq - dan 500 kq qədər kütlə malik olurlar;

- **yüngül çəkili material axınları** – konkret nəqliyyat vasitəsi üçün əlverişli hesab olunan müəyyən qabaritə, həcmə və az sıxlığa malik yüklərdən təşkil olunan kiçik çəkili axınlardır. Belə axınlarda 1000 kq çəkiyə malik olan yüklər təqribən 2 kub. metrədən çox yer tutur. Bu nöqtəyi – nəzərdən belə axınlar nəqliyyat vasitələrinin yük tutumundan tam istifadə olunmasını təmin etməyən yük vahidləri kimi də təsnif edilir.

- **qabaritsiz material axınları** - bir yerin hündürlüyü 3,8 m, eni 2,5 m –dən artıq, uzunluğu yük sahəsinin uzunluğundan böyük;

5. **Əhatəliyinə görə:**

- **kütləvi material axınları** – nəqləmə üçün qrup şəklində nəqliyyat vasitələri, məsələn, çoxlu vaqonlardan təşkil olunmuş bir dəmir yolu heyəti, sıralanmış, cərgələnmiş avtomobillər (treylər kolanları) və s. tələb edən axınlardır;

- **iri material axınları** – nəql edilməsi bir neçə vaqon və ya avtomobillərdən istifadəyə əsaslanan axınlardır;

- **orta material axınları** – çəkisi, ölçüsü və həcmindən asılı olmayaraq bir vaqon və ya avtomobilə yerləşən yük vahidlərindən ibarət axınlardır;

- **kiçik material axınları** - bir nəqliyyat vasitəsinin yük götürmə qabiliyyətindən az olan və nəqləmə zamanı digər yük vahidləri ilə qarışıq şəkildə daşınan axınlardır.

6. **Yük vahidlərinin sıxlığına (konsistensiyasına) görə:**

- **səpələnmiş - tökülmiş yük vahidlərindən ibarət material axınları** – daşınması xüsusi nəqliyyat vasitəsi: bunker vaqonlar, konteynerlər, treylər tələb edən axınlardır. Belə axınlara un, taxıl, mineral kübrələr və s. -ə aid edilir;

• *dənəvarı, səpələnən yük vahidlərindən ibarət material axınları* - nəqliyə zamanı xüsusi qablaşdırma tələb etməyən və eyni zamanda yapırma və dondurmaya məruz qalmayan axınlardır. Bu tip axınlara bir qayda olaraq mışar və çay daşları, təbii qum və çınqıllar aid olunur;

• *ədədi və ədədi – tara yük vahidlərindən ibarət material axınları* – ölçü vahidi ədədlərlə (məsələn, avtomobillər, məişət cihazları, kompyüter dəstləri, kitablar, əntiq əşyaları, prokatlar və s.) və ədədi – taralarla ilə ifadə olunan (məsələn, kisələr, yeşiklər, rulonlar) axınlardır;

• *maye, o cümlədən duru və ya yarımduyu yük vahidlərindən ibarət material axınları* - sistemlər, butulkalar və digər xüsusi tutumlarda daşınması nəzərdə tutulan material axınlarıdır. Bu növ material axınlarına əsasən neft və neft məhsulları, sənaye – tikinti təyinatlı əlif yağları, məişətdə istifadə olunan təbii bitki yağları və s. aid edilir.

Praktiki fəaliyyətdə çox zaman material axınları tətbiq edilən nəqliyyat növünə uyğun olaraq təsnif edilir. Məsələn, avtomobil nəqliyyatı ilə məhsuldaşımaları həyata keçirən zaman yerinə yetirilən yükləmə – boşaltma işlərinin xarakterindən asılı olaraq əsasən aşağıdakı təsnif etmədən:

- ədədi, ədədi - tara;
- ağır çəkili;
- dənəvarı və ya səpələnmiş;
- ağac materialları;
- metallar və metal məmulatları;
- taxıl və meyvə – tərəvəz;
- maye yük vahidlərindən istifadə olunur.

Material axınlarının bundan sonra da təsnif edilməsini çoxlu sayda əlamətlər, məsələn, yük vahidlərinin taralaşdırma üsullarına, birgəlik dərəcəsinə, fiziki – kimyəvi tərkibinə, həcm və çəki ölçülərinə və s. görə aparmaq mümkündür. Lakin yuxarıda verilən iriləşdirilmiş təsnifat fikrimizcə elmi və praktiki fəaliyyət üçün daha məqsədə uyğun, daha yetərlidir.

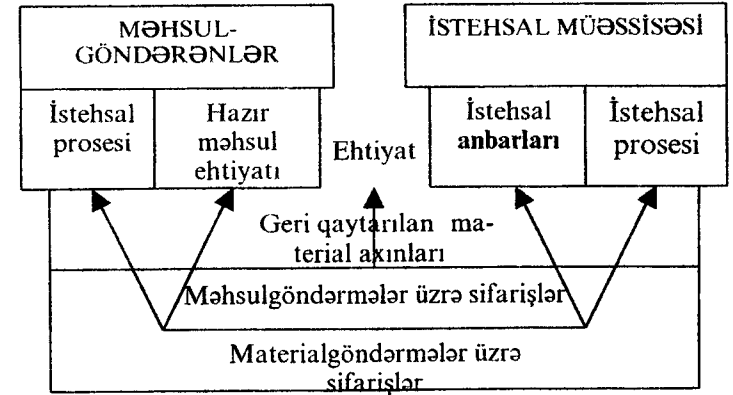
Aydın ki, çoxlu sayda xarakteristikaların mövcud-

luğu material axınlarına baxılan əlamətlər üzrə spesifik yanaşmanın təbiətindən doğur.

Lakin bütün bunlarla yanaşı logistikada material axınlarını xarakterizə etmək üçün axınların sürəti, sıxlığı və intensivliyi kimi göstəricilərdən də istifadə edilir. Material axınlarının intensivliyi adı altında – vaxt vahidi ərzində logistik sistemin girişinə daxil olan məhsulların həcm və ya kütlə göstəricilərinin (vahidlərinin) sayı başa düşülür.

Material axınlarını xarakterizə edən parametrlər və əsas təsnifat əlamətlərindən başqa bu axınların hərəkətinin təşkili məsələsi də əhəmiyyət kəsb edən problemdir. Bu nöqteyi – nəzərdən material axınlarının haradan gətməsindən və müəssisənin təyinatından asılı olaraq axın sxemi müxtəlif olur. Belə ki, material axınlarının həm istehsalçı firma və ya şirkət, eləcə də topdansatış anbar və bazaları daxilində, həm də müxtəlif təsərrüfat subyektləri arasında (istehsalçının əmtəlik məhsul anbarından vasitəçi və ya istehlakçının hazır məhsul anbarını qədər) hərəkət sxemini fərqləndirirlər.

1. *İstehsal müəssisəsi daxilində material axınlarının hərəkət sxemi (şəkil 3.4).*

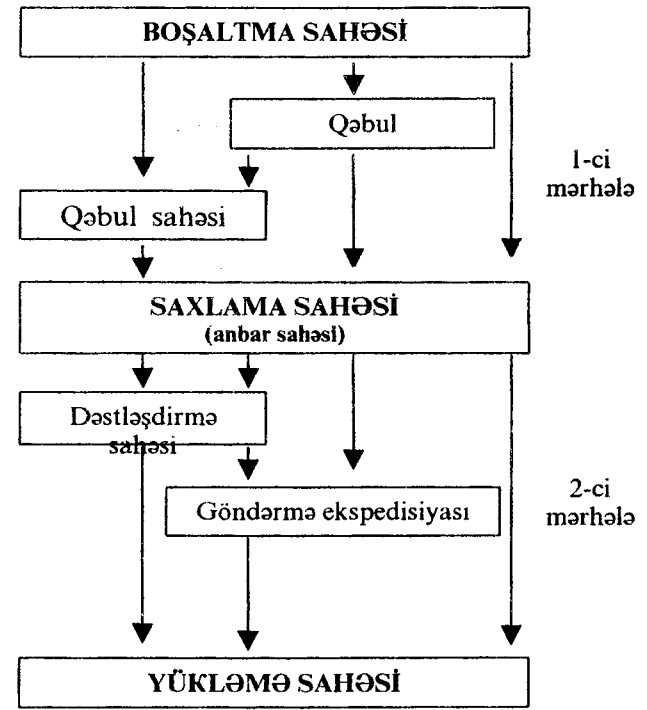


Şəkil 3.4. *İstehsal kanallarında material axınlarının idarə edilməsinin tipik sxemi*

Burada müəssisə logistik əməliyyatların vahid planlaşdırma və nəzarət sistemi kimi verilmiş, material axınlarının müəssisə daxilində hərəkəti və istehsaldaxili ehtiyatların planlaşdırılması və idarə edilməsi proseduru daha dəqiq və müfəssəl göstərilmişdir. Təbii ki, məhsul istehsalı prosesi bir-birilə əlaqəli olan və olmayan bir neçə sex və sahələrdə aparılır. Bu baxımdan ümumi istehsaldaxili material axınlarının hərəkətini xarakterizə edən sxemdə dəstləşdirici məmulatların bəzi növ xammal və materialların əsas material anbarlarına, sexyanı anbarlara və hazır məhsul anbarlarına gətirilməsi prosesi göstərilməmişdir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, müəssisə daxilində material axınlarının hərəkət prosesinin müəyyənləşdirilməsi ilə əlaqədar aparılan əksər tədqiqat işlərində müəssisə və anbarlar müstəqil vahidlər kimi nəzərdən keçirildiyindən müəssisə və anbar daxilində (və ya anbarlar arasında) material axınlarının hərəkət sxemi bir – birindən prinsipial formada fərqlənir. Lakin burada əsas diqqət çıxış və giriş material axınları ilə əlaqədar olan əməliyyatlara yönəldiyindən yaranan fərqlər bir o qədər də nəzərə çarpmır.

Əsaslı fərqlər adətən, istehsalçı - topdansatış və topdansatış – məhsulgöndərən müəssisələrdə material axınlarının hərəkətinin müxtəlif formalarda təşkili zamanı meydana çıxır.

2. Topdansatış anbar və bazaları daxilində gedən material axınlarının hərəkət sxemi (şəkil 3.5).



Şəkil 3.5. Topdansatış müəssisələrində material axınlarının prinsipial sxemi

Topdansatış bazalarında material axınlarının prinsipial sxemindən görüldüyü kimi alqı-satqı müqavilələri üzrə müəssisənin ünvanına daxil olan – qəbul edilən istənilən təyinata malik material resursları nəqliyyat vasitələrindən boşaldıqdan sonra üç variantdan birinə:

- qəbul sahəsi;
- saxlanma zonası;
- qəbul ekspedisiyasına (əgər yük müəssisənin iş vaxtı bitdikdən sonra daxil olursa) yönəldilir.

(Bəzi hallarda qəbul ekspedisiyasına daxil olan mate-

riallar buradan ümumi qəbul sahəsinə də göndərilə bilər. Qəbul sahəsinə daxil olan yüklər oradan saxlanma sahəsinə ötürülür. Nəticədə topdansatış müəssisəsinin ünvanına daxil olan istənilən təyinatlı yüklərin hamısı saxlanma məntəqəsində təmərküzləşir).

Qeyd olunan hər bir variant istehsalçı müəssisədə də tətbiq edilir. Yəni, hazır məhsul istehsalı üçün zəruri hesab olunan xammal, material və yarımfabrikatlar ilkin olaraq kəmiyyət və keyfiyyət parametrlərinə uyğun qəbul edilir, ayrı-ayrı sinif, alt sinif, qrup və ya alt qrup, çeşid üzrə sortlaşdırılaraq saxlanma zonasına - anbarlara ötürülür. Sonra isə istehsal istehlakı üçün lazım olan resurslar saxlanma zonasından müvafiq tələbnamələr əsasında istehsal yerlərinə verilir (istehsal müəssisələrində material resurslarının hərəkət sxemi «İstehsal logistikası» fəslində ətraflı şərh olunub).

Lakin istehsalçı müəssisələrlə müqayisədə topdansatış müəssisələrində istifadə olunan bu variantların hər biri bir sıra tətbiq xüsusiyyətlərinə malikdir.

Birincisi, boşaltma sahəsinə daxil olan yüklər saxlama zonasına həm birbaşa, həm də qəbul ekspedisiyası və qəbul sahələri vasitəsilə daxil olur. Topdansatış müəssisələrində yüklərin qəbul edilməsinə məsul olan qəbul ekspedisiyası yükləri qəbul etdikdən sonra onu iki :

a) birbaşa;

b) dolayı formada (qəbul sahəsinə ötürməklə) saxlama zonasına çatdırır (birinci mərhələ).

İkincisi, hər iki formada yüklərin saxlanma zonası sifariş tələbnamələri üzrə onları bölüşdürmə və satış kanalları arasında paylamaq üçün yükəndərmə sahələrinə hərəkətini təşkil edir. Göndəriləcək material resurslarının kəmiyyəti, intensivliyi, seçilən nəqliyyat vasitəsinin yükötürmə qabiliyyəti, bir ünvanə çatdırılacaq material resurslarının nomenklaturası, nəqləmə şərtləri və tarifləri, istehlakçının tədiyyə intizamı, bazar tələbinin dəyişilməsi, rəqiblərin təsərrüfat

aktivliyi və maliyyə imkanları, yüklərin texniki – iqtisadi parametrləri və sairədən asılı olaraq material axınlarının saxlama zonasından yükləmə sahəsinə hərəkəti təşkil formasına görə müxtəlifdir (ikinci mərhələ):

• saxlama sahəsi – yükləmə sahəsi;

• saxlama sahəsi – göndərmə ekspedisiyası – yükləmə sahəsi;

• saxlama sahəsi – komplektləşdirmə sahəsi – göndərmə ekspedisiyası – yükləmə sahəsi;

• saxlama sahəsi – komplektləşdirmə sahəsi – yükləmə sahəsi.

Sxemdən görüldüyü kimi material axınları iki mərhələdə aparılır. 1- ci mərhələ müxtəlif nəqliyyat növləri ilə daxil olan yüklərin boşaldılmasından saxlanma sahəsinə qədər axınını əhatə edir. Bu mərhələdə yüklərin həm boşaldılması, altlıqlara yığılması, qablardan çıxarılması, çeşidlənməsi, kəmiyyət və keyfiyyətə qəbulu, saxlanma yerlərinə (qəfəslərə) yığılması həyata keçirilir.

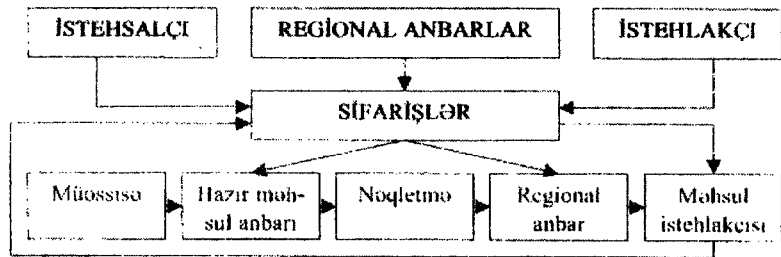
2-ci mərhələdə saxlanma zonasından yükləmə sahəsinə qədər yüklərin hərəkəti xarakterizə olunur. Birinci mərhələdən fərqli olaraq burada materialların saxlanma yerlərindən çıxarılıb zəruri hallarda istehsal istehlakına hazırlanması, dəstəşdirilməsi, qablaşdırılması (tələb olunduqda), sənədlərin rəsmiləşdirilməsi (qaydaya salınması), müxtəlif nəqliyyat növlərinə (əsasən bu mərhələdə avtomobil nəqliyyatından daha intensiv istifadə olunur) yüklənməsi kimi əməliyyatlar yerinə yetirilir.

3. Müxtəlif təsərrüfat subyektləri arasında (istehsalçının əmtəəlik məhsul anbarından vasitəçi və ya istehlakçının hazır məhsul anbarına qədər) hərəkət sxemi.

Təsərrüfat subyektləri xüsusilə istər istehsalçı müəssisələrlə topdansatış müəssisələri və topdansatış müəssisələri ilə istehlakçı müəssisələr, istərsə də istehsalçı və istehlakçı müəssisələr arasında gedən material axınlarının hərəkət sxemi, trayektoriyası çox müxtəlifdir. Bu, axınların hərəkəti

yolunda mövcud olan müəssisələrin sayından, məhsulların istehsalı və istehlakı xarakterindən, bölgü və satışın formasından və s.-dən asılıdır. Bəzi hallarda istehsalçı (vasitəçi) müəssisələr müxtəlif ərazilərdə (bir neçə rayona xidmət edən) xammal, material və hazır məhsul anbarlarına malik olur və məhsulları buradan tranzit partiyalarla həmin anbarlara və oradan isə istehlakçılara yükləyib göndərir (mərkəzləşdirilmiş qaydada daşımalar) və ya buraxırlar (qeyri-mərkəzləşdirilmiş qaydada daşımalar). İstehlakçılar isə özlərinin bazar sifarişlərinin yerinə yetirilməsi tezliyindən, tədarükat bazasının spesifik xüsusiyyətlərindən və istehsalın təşkili prinsipindən asılı olaraq xammal, material və yarım-fabrikatları həm regional anbarlardan, həm də birbaşa məhsul istehsalçıların əmtəlik anbarlarından əldə edə bilərlər. Təbii ki, sifarişlərin qəbul edilməsi, onların texniki cəhətdən işlənməsi, müxtəlif nəqliyyat vasitələrindən istifadə dərəcəsi, sifariş edilən məhsulların kəmiyyət və keyfiyyətə anbarda mövcudluğu baxımından sifarişlərin yerinə yetirilməsi müddətində müvafiq fərqlər yaranır.

Ümumi formada iki və daha artıq (bövləşdirmə kanallarının səviyyəsindən asılı olaraq) təsərrüfat subyekti arasında material axınlarının hərəkət sxemini şəkil 3.6 -də göstərilən formada vermək olar:



Şəkil 3.6. İstehsalçıdan istehlakçıya material axınlarının hərəkət sxemi

Ümumiyyətlə, material axınlarını öyrənmək və hərəkət

ını dəqiq müəyyənləşdirmək üçün logistikada məhsul göndərmə və qəbul etmə məntəqələri arasında yük vahidlərinin çəkisi, kütləsi göstərilən «şahmat» cədvəllərindən istifadə olunur. Yük məntəqələri və bu məntəqələrin birindən (ilkin) digərinə (son) daşınan yük vahidlərinin çəkili göstərilən belə cədvəllərin tipik nümunəsini aşağıdakı formada vermək olar.

Cədvəl 3.2

Məntəqədən	Şahmat cədvəli məntəqəyə				Cəmi Göndə-ilib, t
	A	V	S	D	
A	-	200	-	500	700
V	-	-	100	200	300
S	500	100	-	300	900
D	500	-	400	-	900
CƏMİ	1000	300	500	1000	2800

Göndərmə və qəbul etmə məntəqələri arasında məsafə: A-dan V -yə qədər 20 km; V -dən S -ə qədər 30 km; S-dən D -ə qədər isə 40 - kilometrdir.

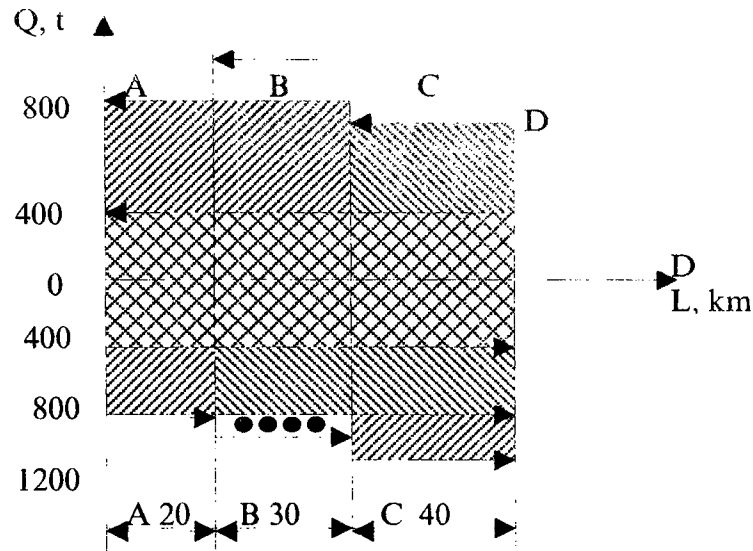
Material axınları qrafik şəkildə epyür (şəkil 3.7), sxem və kartoqram formasında verilə bilər.

Avtomobil nəqliyyatı ilə daşınan material axınlarını epyür formasında qurulmasına nəzər yetirək. Epyürlərin qurulması bir qayda olaraq koordinat sisteminin qurulmasına əsaslanır: ordında yük vahidlərinin çəkisi, kütləsinin (Q) tonlarla ədədi ifadəsi; absisdə isə seçilmiş miqyas üzrə kilometrərlə ifadə olunmuş məntəqələr arası məsafə (L) qeyd olunur.

Epyür material axınlarının **düz və əks istiqamətli** hərəkətinə tam uyğunluğu əks etdirir. Material axınlarının düz hərəkət istiqaməti dedikdə bir istiqamət üzrə çoxlu sayda müxtəlif nomenklaturalı yük vahidlərinin hərəkəti, əks istiqamət dedikdə isə kəmiyyət və keyfiyyət parametrlərinə gö-

rə istehlakçı tələbini ödəməyən məhsulların, habelə sifariş edilməmiş məhsulların geri - yaranma mənbələrinə göndərilməsi, qaytarılması başa düşülür. Bir və ya düz istiqamətdə hərəkət edən material axınlarının həcmnin əks istiqamətdə hərəkət edən material axınlarının həcminə nisbəti material (yük) axınlarının *qeyri - bərabərlik əmsali* adlanır.

Düz istiqamətdə tonlarla daşınan yüklərin kütləsi ordinat oxu üzərində sıfır nöqtəsindən yuxarı, əks istiqamətdə daşınan yüklərin kütləsi isə sıfır nöqtəsindən aşağı yerləşdirilir.



Şəkil 3.7. Material axınlarının epyürü

Üstüdə verilən şərtlərə uyğun olaraq düz istiqamət üzrə daşınan material axınlarının həcmi:

$$DA = DA + DS + SV + SA = 500 + 400 + 100 + 500 = 1500$$

Əks istiqamətdə daşınan material axınlarının həcmi isə:

$$AD = AD + VD + SD + VS + VD + AV = 500 + 200 + 300 + 100 + 200 = 1300$$

Uyğun olaraq qeyri - bərabərlik əmsali:

$$G = 1500 / 1300 = 1,15$$

Epyürün qurulmasına D məntəqəsindən ən uzaq - A məntəqəsinə hərəkət edən material axınlarından başlanır.

Qrafikdə O nöqtəsi seçilir. Ordinat oxunu A nöqtəsində kəşib keçənə qədər absis oxuna paralel xətt çəkilir. Çəkilən xətlə ox xətti arasında alınan sahə ştrixləşdirilir (sahələr üzrə müxtəlifdir). Sonra D məntəqəsindən S məntəqəsinə, oradan isə A məntəqəsinə gedən 1500 t həcmində material axınları qeyd olunur və ordinat oxuna paralel və onun üzərində A nöqtəsinə kəşib keçənə qədər xətt çəkilir. Alınan sahə yenə ştrixləşdirilir. Analoji olaraq növbəti yük axınları da bu formada qrafik təsvir edilir.

Qrafikin aşağı hissəsi yuxarı hissənin qurulduğu qaydada qurulur. Alınan epyür mövcud sahədə material axınlarının hərəkət marşrutunu qrafik təsvirini əks etdirir.

Material axınlarının epyürü hər bir məntəqədən göndərilən, hər bir məntəqəyə qəbul edilən və ondan keçən yüklərin kəmiyyətini, hər bir sahədə daşımaların və yük dövriyyəsinin həcmi, yüklərin orta yürüş sürəti və məsafəsinə müəyyənləşdirməyə imkan verir. Eyni zamanda dəqiq və mükəmməl formaya malik olan epyürlər qeyri - rəşional xarakterli qarşılıqlı (eyni təyinatlı yüklərin qarşılıqlı istiqamətlərdə daşınması) göndərmələrin aşkar edilməsinə şərait yaradır.

Material axınları sxem formasında da verilir. Bunun üçün məhsul daşınan, yəni məhsulları qəbul edən və göndərən məntəqələrin (rayonların, sahələrin) əks edildiyi xəritə-

lərdən istifadə edilir. Məhsuldaşıma rayonunun xəritəsi kvadratlara bölünür və bu kvadratlar şahmat lövhəsi formasında rəqəm – hərflər sisteminin köməyi ilə kodlaşdırılır. Yəni, şaquli xətlər boyu hərflər, üfüqi xətlər boyu isə rəqəmlər əks etdirilir. Göndərmə məntəqəsindən göndərilməsi nəzərdə tutulan material resurslarının tonlarla həcmi bildikdən sonra xəritə üzərində müvafiq miqyas seçilir və buna uyğun olaraq müəyyən enliyə malik xətlər üzərində material (yük) axınlarının məlum kəmiyyətləri əks etdirilir.

3.2. MALİYYƏ AXINLARI

Formalaşan və stabil inkişaf edən bazar iqtisadiyyatı şəraitində təsərrüfat subyektləri arasında material axınlarının hərəkəti zamanı yüksək iqtisadi effektivliyə nail olunması əsasən bu təsərrüfat subyektlərinə yüksək maliyyə xidmətlərinin göstərilməsi hesabına təmin edilir. Maliyyə xidməti material qiymətlilərinin optimal hərəkətinin təşkiliyə şərait yaratmaqla ilkin olaraq əmtəə – material və əmtəə – qeyri material qiymətlilərinin hərəkəti – yerdəyişməsinə uyğun gələn logistik maliyyə axınlarının müəyyənləşdirilməsi və öyrənilməsinə nəzərdə tutur. Qeyd etmək lazımdır ki, əmtəə – material qiymətliləri özündə bütün növ maddi nemətləri, o cümlədən spesifik növə malik hərəkət etməyən əmlakı da birləşdirir. Əmtəə qeyri - material qiymətlilərinə isə müasir şəraitdə xidmətlər, kapital, qeyri - maddi aktivlər aid edilir. Müəyyən əmtəə – material və qeyri - material qiymətlilərinin bir təsərrüfat subyektindən digərinə yerdəyişməsi prosesində bir sıra logistik əməliyyatlar yerinə yetirildiyindən bu hərəkətə – yerdəyişməyə əsasən uyğun əmtəə axınlarının hərəkəti kimi baxılır.

Əmtəə axınlarına maliyyə xidmətinin göstərilməsi mexanizmi müasir iqtisadi şəraitdə logistikanın öyrəndiyi sahələrdən biri hesab olunur. Lakin maliyyə axınlarının ma-

liyyətinin geniş şəkildə tədqiq edilməsi, müəyyənləşdirilməsi bir daha sübut edir ki, burada bir sıra spesifik xarakterə malik fərqlər mövcuddur. Odur ki, maliyyə axınlarının iqtisadi təbiətinin öyrənilməsi zamanı iki əsas yanaşmaya xüsusi diqqət verilməlidir:

- *birinci*, maliyyə axınları adı altında mikro və makroiqtisadi mühitdə bu və ya digər növ maliyyə vəsaitlərinin ixtiyari yerdəyişməsi nəzərdə tutulur.

- *ikinci*, maliyyə axınları adı altında yalnız logistik sistemlərin daxilində və logistik sistemlər arasında bu və ya digər növ maliyyə vəsaitlərinin ixtiyari yerdəyişməsi başa düşülür.

Mütəxəssislər birinci yanaşmaya daha çox üstünlük verməklə maliyyə axınlarının mahiyyətini hər şeydən əvvəl zaman baxımından maliyyə vəsaitləri məcmusunun dəyişilməsilə əlaqələndirirlər. Fikrimizcə, qeyd olunan yanaşma şərtsiz olaraq diqqətə layiqdir və müxtəlif mikro və makroiqtisadi tədqiqatların aparılması zamanı geniş tətbiq edilir. Lakin burada logistik proseslərin xüsusiyyətləri nəzərə alınmır və əmtəə axınlarına maliyyə xidmətinin göstərilməsi üçün işlək mexanizmin hazırlanmasında ondan istifadə mümkün olmur.

Öz növbəsində ikinci yanaşmanı müdafiə edən mütəxəssislər arasında maliyyə axınlarının mahiyyətinin açıqlanması, şərh edilməsi üzrə hələlik vahid fikir birliyi mövcud deyil. Logistikaya aid xüsusi ədəbiyyatlar maliyyə axınlarını tez-tez kommersiya logistikasında idarəetmə obyektinin tərkib hissəsi kimi nəzərdən keçirir.

Odur ki, istənilən yanaşmada maliyyə axınları material resurslarının necə, nə vaxt və kimə çatdırılmasından, həmçinin təsərrüfat subyektlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin hansı formada təşkil edilməsindən asılı olmayaraq həmişə mövcud olmuşdu. Lakin burada nəzərə alınacaq və praktiki fəaliyyətin bir daha təsdiq etdiyi məqam ondan ibarətdir ki, material resurslarının yerdəyişməsilə bağlı əməliyyatların

tələb olunan müddətdə aparılması və vaxt itkilərinə yol verilməməsi, daha doğrusu, dövriyyə vəsaitlərinin dövr sürətinin yüksəldilməsi üçün maliyyə axınlarının hərəkəti məhz material və maliyyə resurslarının idarə edilməsi üzrə logistik prinsiplərin tətbiqinə əsaslanır. Bu da yeni iqtisadi kateqoriya – **logistik maliyyə axınlarının** əmələ gəlməsinə şərait yaradır, onu şərtləndirir.

Aydındır ki, logistik maliyyə axınları əmtəlik axınların effektiv hərəkətini (xidmətlərin göstərilməsini) təmin etmək üçün yaradılır və bu məqsəddən ötrü istifadə olunur. Bu zaman onların spesifik xüsusiyyəti məkan və zaman baxımından, əmtəlik material və qeyri - material qiymətliyərinin axın – yerdəyişməsi prosesinə xidmət göstərməkdən, onun tələblərini yerinə yetirməkdən ibarətdir

Beləliklə, **logistikada maliyyə axınları adı altında – müəyyən əmtə axınlarının optimal hərəkətini təmin etmək üçün logistik sistem daxilində və logistik sistemlər arasında, eləcə də logistik sistemlə ətraf mühit arasında dövr edən maliyyə resurslarının istiqamətlənmiş hərəkəti başa düşülür.** Daha doğrusu:

- birincisi, logistik maliyyə axınları – maliyyə resurslarının sadəcə hərəkəti yox, istiqamətlənmiş hərəkətidir;
- ikincisi, logistikada maliyyə resurslarının istiqamətlənmiş hərəkəti uyğun əmtə axınlarının yerdəyişməsinin təmin edilməsi zəruriyyətinə əsaslanır;
- üçüncüsü, maliyyə resurslarının hərəkəti - yerdəyişməsi həm logistik sistem daxilində və logistik sistemlər arasında, həm də logistik sistemlə ətraf mühit arasında həyata keçirilir.

Logistik maliyyə axınları özlərinin tərkibi, hərəkət istiqamətləri, təyinatı və digər əlamətlərə görə bir – birindən fərqlənir. Logistik maliyyə axınlarının idarə edilməsi üzrə effektiv üsulların təyin edilməsi üçün onların elmi və praktiki baxımdan dəqiq təsnifatını aparmaq lazımdır. Bu məqsədlə logistikada aşağıdakı təsnifləşdirmə əlamətlərindən

istifadə olunur:

- logistik sistemə münasibətinə görə;
- hərəkət istiqamətinə görə;
- təyinatına görə;
- avans edilmiş dəyərin ötürülməsi üsuluna görə;
- hesablaşma formasına görə;
- təsərrüfat əlaqələrinin növünə görə.

Konkret logistik sistemə münasibətinə görə **daxili və xarici** maliyyə axınlarını fərqləndirirlər. Xarici maliyyə axınları baxılan logistik sistemin sərhədlərindən kənarında - xarici mühitdə mövcud olan maliyyə axınlarıdır. Daxili material axınları isə bilavasitə müəyyən logistik sistemin daxilində fəaliyyət göstərən və əmtə axınlarına uyğun bir sıra logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı xarici görkəmini dəyişən axınlardır. Öz növbəsində xarici maliyyə axınları hərəkət istiqamətlərinə görə giriş və çıxış maliyyə axınlarına bölünür:

- **giriş maliyyə axınları** – baxılan logistik sistemə kənardan – ətraf mühitdən daxil olan axınlardır;
- **çıkış maliyyə axınları** – öz hərəkətlərinə nəzərdən keçirilən baxılan logistik sistemdən başlayan və logistik sistemdən kənarında - xarici mühitdə fəaliyyətdə olan axınlardır.

Təyinatına görə logistik maliyyə axınları aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

- **xammal, material, yarımfabrikat və hazır məhsulların tədarükü ilə əlaqədar maliyyə axınları;**
- **investisiya şəklində olan maliyyə axınları;**
- **iş qüvvəsinin bərpa edilməsi üçün zəruri olan maliyyə axınları;**
- **müəssisələrin istehsal fəaliyyəti zamanı material məsrəflərinin formalaşması ilə əlaqədar meydana gələn maliyyə axınları;**
- **hazır məhsulun reallaşdırılması prosesində yaranan**

maliyyə axınları.

Avans edilmiş dəyərin ötürülməsi üsuluna görə logistik maliyyə axınları:

- ***müəssisənin əsas fondlarının hərəkətinə uyğun gələn maliyyə axınları (bura investisiya şəklində olan maliyyə axınları və material məsrəflərinin formalaşması ilə əlaqədar bir qisim maliyyə axınları aid edilir);***

- ***müəssisənin dövriyyə vəsaitlərinin hərəkəti ilə əlaqədar maliyyə axınları (bura təyinat üzrə təsnif edilən bütün maliyyə axınlarının yerdə qalan qrupları aid edilir).***

Ayrı – ayrı hesablaşma formalarının tətbiq xüsusiyyətlərindən asılı olaraq logistikada bütün maliyyə axınları iki böyük qrup üzrə differensiallaşdırılır:

- ***nəgd maliyyə vəsaitlərinin hərəkətini pul formasında xarakterizə edən maliyyə axınları;***

- ***qeyri - nəgd maliyyə vəsaitlərinin hərəkəti ilə əlaqədar informasiya – maliyyə axınları.***

Öz növbəsində pul formasında olan maliyyə axınları manat və valyuta hesablaşmaları üzrə nəqdi maliyyə resursları axınlarına bölünür. Qeyri - nəgd maliyyə vəsaitlərinin hərəkəti ilə əlaqədar informasiya – maliyyə axınları isə tədiyyə tapşırığı, tədiyyə tələbnaməsi, inkassa tapşırığı, akkreditivləşdirmə sənədi və hesablaşma çeklərinə ayrılır.

Bu və ya digər qeyri - nəgd hesablaşma formasının seçilməsi hər şeydən əvvəl müxtəlif şəraitlərdə onların tətbiq edilməsi effektivliyindən və tədiyyəçilərin tədiyyə intizamına riayət etməsi dərəcəsindən asılıdır. Ayrı – ayrı şəhərlərdə yerləşən satıcı və alıcı arasında hesablaşmaların aparılması zamanı maliyyə mütəxəssisləri tərəfindən inkassa və akkreditiv, bir şəhərdə yerləşən satıcı və alıcı arasında isə hesablaşma çekləri və tədiyyə tapşırıqları kimi qeyri - nəgd hesablaşma formasından istifadə olunması tövsiyə olunur. Bu zaman inkassa – alıcı bankına ödənilmək üçün təqdim edilən tədiyyə - şəhərlər arası qeyri - nəgd hesablaşmaların təbii forması hesab olunursa, akkreditiv - satıcının bankına təq-

dim edilmiş tədiyyə – iqtisadi tərəfdaşa «sanksiya» kimi tətbiq edilir və bir növ məhsulgöndərənlərə etimadsızlığı ifadə edir.

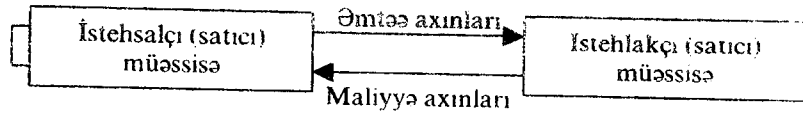
Lakin, pul və informasiya – maliyyə axınları arasında uçot - maliyyə axınları da mövcuddur. Satıcı müəssisələrlə alıcı müəssisələr arasında maliyyə hesablaşmalarının təşkili zamanı yaranan birinci iki növdən fərqli olaraq uçot – maliyyə axınları avans edilmiş dəyərin artırılması mərhələsində - məhsul istehsalı və xidmətlərin göstərilməsi zamanı yaranır. Avans edilmiş dəyərin artırılması dedikdə konkret müəssisənin istehsal fəaliyyəti zamanı material məsrəflərinin formalaşması prosesi başa düşülür. Qeyd olunan proses çərçivəsində maliyyə resurslarının hərəkəti ***logistik uçot – maliyyə axınlarını*** xarakterizə edir.

Təsərrüfat əlaqələrinin növlərinə görə maliyyə axınları üfüqi və şaquli əlamətlərlə bir – birindən fərqlənir. Üfüqi maliyyə axınları maliyyə vəsaitlərinin sahibkarlıq fəaliyyətinin bərabər hüquqlu subyektləri arasında, ikincisi isə ana və törəmə kommertiya müəssisələri arasında hərəkətini nəzərdə tutur.

Qeyd olunan təsnif etmə əlamətlərindən başqa logistikada maliyyə axınlarını digər, məsələn, kapitalın hərəkət fazasına; maliyyə vəsaitlərinin alınması mənbəyinə və müddətinə; həyat dövrünə və s. görə də təsnif etmək mümkündür. Bu və ya digər təsnif etmə əlamətinin seçilməsi maliyyə axınlarının effektiv idarə edilməsi üsullarının müəyyənləşdirilməsi tələbilə aparılsa da nəzərə almaq lazımdır ki, hər bir konkret hal üçün logistik maliyyə axınlarının xüsusi təsnif etmə əlamətlərinin özünəməxsus spesifik tərkibinin müəyyənləşdirilməsi zəruriyyəti yaranır.

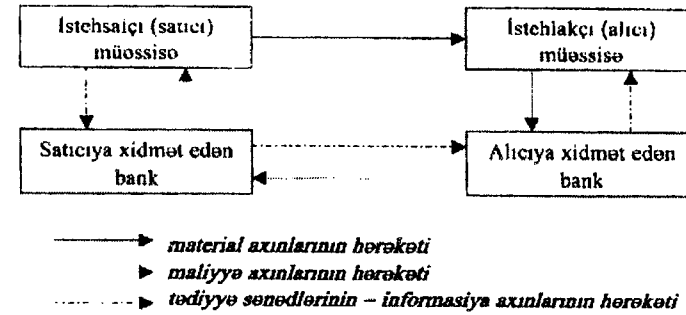
Logistikada əmtəə axınlarına maliyyə xidmətinin göstərilməsinin əsas məqsədi effektiv maliyyələşmə mənbələrinə istifadə etməklə onların hərəkətini zəruri həcmdə, lazımi vaxtda maliyyə resursları ilə təmin etməkdir. Ən sadə halda belə hər bir əmtəə axınına özünün (və ya özünəməx-

sus) vahid maliyyə axını uyğun gəlir. Məsələn, istehsalçı və ya satıcı müəssisə alqı – satqı müqavilələrinə əsasən istehlakçı müəssisələrə məhsul göndərmə qrafiklərinə uyğun məhsulları göndərir və bu yerdəyişmə təbii ki, material axınlarını (istehsalçıdan istehlakçıya hərəkət - yerdəyişmə) yaradır. Alıcı müəssisə müqavilədə nəzərdə tutulan hesablaşma formasını tətbiq etməklə göndərilən məhsulun və ya məhsul partiyasının dəyərini ödəyir. Yəni, pul vəsaitlərini tədiyyə tapşırıqları vasitəsi ilə öz hesabından silərək istehsalçı müəssisənin hesabına göçürür və bu da öz növbəsində maliyyə axınlarını əmələ gətirir. Şəkil 3.8 -də verilən nümunəyə xarakterik olan əmtəə və maliyyə axınlarının hərəkət sxemi verilmişdir.



Şəkil 3.8. Əmtəə və maliyyə axınlarının sadə hərəkət sxemi.

Şəkil 3.8 -dən görüldüyü kimi əmtəə və maliyyə axınları diametrik əks istiqamətə malikdirlər. Doğrudur, praktiki fəaliyyətə əsaslanaraq demək olar ki, əksər hallarda material axınlarının hərəkət istiqaməti maliyyə axınlarının hərəkət istiqaməti ilə eyniyyət, paralellik təşkil edir. Bu isə yalnız məhsul istehsalçıları və ya satıcılarına onların material qiymətlərinin dəyərinin istehlakçılar tərəfindən əvvəlcədən və ya nəgd qaydada ödənilməsi hallarda mümkündür. Qeyd etmək lazımdır ki, verilən nümunədə istehsalçı müəssisələrdən istehlakçı müəssisələrə əmtəə – material qiymətlilərinin effektiv keçidi – yerdəyişməsinə imkan verən maliyyə axınları əmtəə axınları ilə müqayisədə «ikinci dərəcəli» və ya «asılı» hesab olunur. Qeyri – nəgd hesablaşmanın ixtiyari hər hansı formasından istifadə zamanı satıcı və alıcı arasında maliyyə axınlarının hərəkət sxemi müəyyən dəyişikliklərə məruz qalır.



Şəkil 3.9. Qeyri – nəgd hesablaşmaların həyata keçirilməsi zamanı əmtəə, informasiya və maliyyə axınlarının hərəkət sxemi

Qeyri - nəgd hesablaşmaların həyata keçirilməsi zamanı əmtəə, informasiya və maliyyə axınlarının hərəkət sxeminin analitik təhlili bir daha təsdiq edir ki, qeyri – nəgd hesablaşmaların təşkili zamanı tədiyyə sənədlərinin hərəkəti haqqında informasiya axınları əmtəə axınları ilə həm yaranma mənbəyinə, həm də hərəkət istiqamətlərinə görə eyniyyətlik təşkil edir. Və bu axınlar da maliyyə axınları kimi istehsalçı (satıcı) müəssisəyə xidmət göstərən müvafiq bank şöbəsilə istehlakçı (alıcı) müəssisəyə xidmət göstərən konkret bank şöbəsi arasında mövcud olur və əmtəə axınlarına nisbətən əks əlaqəli prinsip üzrə fəaliyyət göstərir.

Şəkil 3.9 -da verilən əmtəə, informasiya və maliyyə axınlarının ümumi hərəkət sxemi bütün axın proseslərinin sinxronluğu nöqtəyi – nəzərindən qurulmuşdur. Belə ki, hər bir konkret qeyri - nəgd hesablaşmanın forması öz növbəsində məhsulların, tədiyyə sənədlərinin və pul vəsaitlərinin hərəkətini nəzərdə tutur. Bundan başqa, maliyyə axınlarının kəmiyyətinə, yaranma mənbəyinə və axının başlaması vaxtına alqı – satqı müqavilələrində nəzərdə tutulan əlavə tədiyyə: məhsul alıcılarına müxtəlif növ güzəştlərin verilməsi şərtləri də təsir göstərir. Ölkəmizdə, eləcə də yaxın və uzaq xaricdə firma və şirkətlərin kommersiya fəaliyyətinin təhlili

göstərir ki, istifadə olunan güzəştlərin sayı kifayət qədər çoxdur (bəzi ölkələrdə onların sayı 20 - dən artıqdır) və onların kəmiyyəti yerinə yetirilən əməliyyatların spesifik xüsusiyyətləri, məhsulların və tədiyyələrin göndərilməsi şərtləri, satıcı və alıcı arasında qarşılıqlı münasibətlərin xarakteri, mülkiyyət forması və tabeçilik əlamətindən asılı olmayaraq bütün təsərrüfat subyektləri üçün yaradılan əlverişli iqtisadi mühit, normativ - hüquqi baza və s. ilə əlaqədardır. Odur ki, ixtiyarı növ güzəştləri tətbiq edən zaman əmtəə mübadiləsinin bütün iştirakçılarının mənafeələrinin iqtisadi cəhətdən təmin edilməsi məsələsi mütləq diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır.

Respublikamızda bazar münasibətlərinin bərqərar olduğu bir şəraitdə müasir maliyyə bazarının müxtəlif inkişaf formaları və istiqamətləri, eləcə də onun fəaliyyət mexanizminin spesifik xüsusiyyətləri material axınlarının hərəkəti zamanı bu axınlara maliyyə xidmətinin göstərilməsində qiymətli kağızlardan istifadə olunmasına geniş imkan vardır. Qeyd etmək lazımdır ki, maliyyə axınlarının optimallaşdırılması ilə bərabər fond bazarının yaratdığı üstünlüklərdən (təsir vasitələrindən - alətlərdən) istifadə olunması həm istehsalçı firma və müəssisələrin, həm də istehlakçıların təsərrüfat fəaliyyətini xarakterizə edən göstəricilərin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılmasına köməklik göstərir. Bu ilk növbədə təsərrüfat subyektlərinin ödəyəcəkləri ayrı – ayrı vergi tədiyyələrinin azaldılması yolu ilə təmiz mənfəətin artırılmasında təzahür edir. Adətən, praktikada vergi tədiyyələrinin azaldılması üçün dövlətin ayrı – ayrı qiymətli kağızlarının və müxtəlif emitentlərin dövriyyəyə buraxdığı veksellərin imkanlarından istifadə olunur.

İstehlakçı müəssisələr alacaqları material resurslarına görə məhsulgöndərənlərlə hesablaşmaq üçün onlara xidmət göstərən banklarda xüsusi hesablar açır və aparılan sövdələşmələrə maliyyə təminatı yaratmaq üçün bu hesablara müxtəlif mənbələr hesabına formalaşan pul vəsaitlərini cəm-

ləşdirirlər. İstehlakçı müəssisə və firmalar bu pul vəsaitindən həm birbaşa, yəni məhsulgöndərənlərdən alına məhsulların dəyərini ödəmək üçün, həm də güzəştli vergilərin tətbiq edilməsini nəzərdə tutan qiymətli kağızların əldə edilməsi üçün istifadə edir. Əgər qeyd olunan əməliyyatların aparılması üçün təsərrüfat subyektləri xüsusi maliyyə vəsaitlərinə malik deyilsə, onda banklardan cəlb edilmiş vəsait – kredit götürmək məcburiyyətində olur. Belə olan halda kreditdən istifadəyə görə normativ aktlarla müəyyənləşən bank faizləri məhsulların istehsalı və mübadiləsinə çəkilən məsrəflərin tərkibinə daxil edilir və dolaylı formada mənfəətin vergiyə cəlb edilən hissəsini – həcmi azaldır. Qiymətli kağızların əldə edilməsinə görə müəssisə və ya firmanın gəlirləri isə güzəştli formada vergiyə cəlb edildiyindən ayrıca uçota alınır.

Baxılan bu sxemin optimal tətbiqi üçün təsərrüfat subyektlərinin praktiki fəaliyyəti zamanı bir sıra əlavə faktorlar da (kreditin dəyəri və geri qaytarılma müddəti, istiqrazların alınması zamanı bankların tutduqları komission haqları, pul vəsaitlərinin köçürülməsi müddəti, qiymətli kağızlar bazarının fəaliyyət göstərməsinin qanunauyğunluğu və s.) nəzərə alınmalıdır.

Beləliklə, material axınlarına xidmət göstərən maliyyə mexanizminin təhlili göstərir ki:

- *birincisi*, logistik maliyyə axınlarının mövcudluğu bu axınların xidmət obyektini hesab edilən material axınlarının varlığı ilə şərtləşir;

- *ikincisi*, maliyyə axınlarının istiqaməti, həcmi, yaranma mənbəyi və hərəkətə başlaması anı məhsulların alıcısı və satıcısı arasında razılaşdırılan hesablaşma formalarından və alqı - satqı müqavilələrində nəzərdə tutulan əlavə tədiyyə şərtlərindən asılıdır;

- *üçüncüsü*, son zamanlar alıcı və satıcı arasında qarşılıqlı hesablaşmaların optimallaşdırılması məqsədilə praktikada geniş istifadə olunan müxtəlif qiymətli kağızlar bir tə-

rəfdən material axınlarına maliyyə xidmətinin göstərilməsi mexanizmini əhəmiyyətli dərəcədə çətinləşdirsə də, digər tərəfdən onun iqtisadi səmərəliliyinin artırılması mənbəyə çevrilmişdir. Logistika və maliyyə sahəsində fəaliyyət göstərən praktiki işçilərin fikrincə qarşılıqlı hesablaşmaların aparılması zamanı müəyyən şərtlərə əməl etməklə qiymətli kağızlardan istifadə olunması göndərilən məhsullara görə tədiyyə məbləğinə 10 % - dən 30 % - qədər həcmdə qənaət edilməsinə imkan verir. Bundan başqa, nəzərə almaq lazımdır ki, material axınlarına maliyyə xidmətinin göstərilməsinin konkret mexanizmi təsərrüfat əlaqələrinin (birbaşa və ya vasitəçilərin iştirakı ilə) xarakterindən birbaşa asılıdır.

3.3. İNFORMASIYA AXINLARI

İnformasiya latın sözü olub, xəbər vermək, nə haqda-sa, hansı fakt, hadisə barəsində məlumat vermək mənasını daşıyır. İstər respublikamızda, istərsə də yaxın və uzaq xarici ölkələrdə informasiya anlayışına yanaşmalarda alim və mütəxəssislər arasında müxtəlif istiqamətli baxışlar mövcuddur. Akademik A.N. Kolmoqorovun fikrincə «İnformasiya – qeyri məxsusi, ehtimallı anlayışdır. Lakin real vasitələrlə, rabitə kanalları vasitəsilə verilə bilər. Professor Lu Kuffinyal informasiyanı «polad – mexaniki məmulatın materialıdırsa, informasiya da təfəkkürün materialıdır» kimi izah etmişdir.

L.Brillyen informasiyaya bir qədər başqa aspektdən yanaşaraq göstərmişdir ki, «hadisə baş verincəyə qədər biliyimizlə, hadisədən sonrakı biliyimizin fərqi informasiya-dır».

F.D.Fesenko: «Sözün geniş mənasında informasiya dedikdə, saxlanma, göndərilmə və dəyişdirilmə obyektinə olan məlumatlar başa düşülür. Bütün bu qeyd olunanlardan fərqli olaraq N.N.Moiseev informasiyanı tədqiq edilən obyekt

əhatə edən ətraf mühit və ya öyrənilən hal haqqında əldə olunan məlumatlar toplusu kimi xarakterizə edir.

Bütün bu təriflər informasiyanın mahiyyətini bu və ya digər cəhətdən düzgün izah edir. Buradan əldə olunan qənaət ondan ibarətdir ki, hər bir informasiya məlumatdır, lakin hər bir məlumat informasiya deyil, informasiya məlumata nisbətən daha yığcam, konkret və mükəmməldir.

Fəlsəfi kateqoriya kimi informasiya təfəkkürün inkişaf dərəcəsini, insanların ictimai praktikasını, onların təbiətlə və öz aralarında olan münasibətləri ifadə edir.

İnformasiya insanlara onun hissi qavrayışları və təsəvvürləri sayəsində çatır. İnformasiya müxtəlif: danışq, mətn və təsvir formalarında verilə bilər və onları müxtəlif daşıyıcılarda (kitablarda, jurnallarda, sənədlərdə, çertyojlarda və s.) qeyd etmək mümkündür.

Bütün bu qeyd olunanlar göstərir ki, informasiya müxtəlif yerlərdə yaranır, olduqca müxtəlif növlərə malikdir.

İnformasiyanın ən mühüm növlərindən biri iqtisadi informasiyadır. Bu, iqtisadi sistemlərdə dövr etməklə onların fəaliyyətini təmin edən, daxili və xarici təsirlər kompleksinin universal ifadəsidir. İqtisadi informasiya bütövlükdə iqtisadiyyat kimi olduqca mürəkkəb və çoxsahəli bir sistemi xarakterizə etdiyindən ən harmonik və çevik informasiya növüdür.

İqtisadiyyat bir-birilə qarşılıqlı fəaliyyətdə olan təsərrüfat subyektlərinin açıq informasiya sistemidir. Bu subyektlərin normal fəaliyyəti üçün başlıca şərt digər informasiya sistemləri ilə qarşılıqlı əlaqədir.

Bazar iqtisadiyyatının formalaşması baxımından cəmiyyətin informasiyalaşdırılmasına vahid informasiya məkanında öz-özünə təşkil olunan və öz-özünə inkişaf edən qlobal, hərtərəfli, bütöv bir proses kimi baxmaq lazımdır.

Bütövlükdə bazar iqtisadiyyatı və onun ayrı – ayrı iqtisadi subyektlərinin normal və səmərəli fəaliyyət göstərməsi

üçün informasiya mühüm şərtidir. Məhsul və xidmətlər bazarının formalaşması və inkişafı məhsul və xidmətlər, onların qiymətləri, məhsulların satış şərtləri, alıcı və satıcı, həblə vasitəçi strukturlar haqqında etibarlı və dolğun informasiyalar olmadan heç cür mümkün deyil. Bu tip informasiyaların mövcud olmaması əlavə xərclərin yaranmasına, təsərrüfat subyektlərinin qəbul edəcəkləri istənilən xarakterli qərarların keyfiyyətinin aşağı düşməsinə və transsaksion xərclərin artmasına gətirib çıxarır.

İnformasiya istənilən səviyyəli menecerlər üçün ən zəruri və ən mühüm resurs növü hesab olunur. Bu növ resursun praktiki fəaliyyətdə rolu iki əsas prinsipə görə mütəmadi olaraq artır:

- iqtisadiyyatın və idarəetmənin qloballaşdırılması (biznes fəaliyyəti artıq kompleks və beynəlxalq xarakter daşımağa başlayır);

- kompyuterləşdirmənin informasiya resurslarının əldə edilməsi və təşkili prosesinə daha ciddi tələblər qoyulması.

Kiçik biznesin təşkili ilə məşğul olan menecerlər real axınların: ticarət şəbəkələrinin əmlakının, mağazalarda əmtəələrin, kassa aparatlarının, istehlakçı axınlarının və s. idarə edilməsini həyata keçirirlər. Təbii ki, yerinə yetirilən əməliyyatların miqyası genişlənsə, məsələn, yüzlərlə, minlərlə ticarət şəbəkələrində məhsulların fiziki bölüşdürülməsi və satışı ilə əlaqədar işlərin həcmi artarsa onda menecerlər əməliyyatları deyil, artıq bu əməliyyatlarla bağlı informasiyaların idarə edilməsi məcburiyyətində qalırlar. İcra edilən əməliyyatın mövcud vəziyyətini analitik qiymətləndirmək üçün menecerlər çoxlu sayda sənədlərdən və ya informasiya xarakterli arayışlardan istifadə etməli olurlar. Bu baxımdan geniş çeşidli məhsul istehsalı və satışı ilə məşğul olan iri firma və ya şirkətlər üçün, informasiyanı qiymətli resurs hesab edən idarəetmə personalı üçün istər firmanın (şirkətin) fəaliyyəti, istərsə də onun ətraf mühitində baş verən proseslərlə

bağlı gündəlik – həcmcə çox tutumlu informasiyaların tam və dolğun formada əldə edilməsi çətinlik yaradır.

İstənilən səviyyəli logistik sistemlərdən material, maliyyə və informasiya axınları ötürüb keçir. Daha doğrusu, ixtiyari səviyyəyə malik logistik sistemlər həm material, həm də informasiya axınlarının qəbul edilməsi, onların üzərində tələb olunan əməliyyatların aparılması və bu axınları mövcud sistemdən kənara – xarici mühitə ötürülməsini həyata keçirir. Xarici aləmin təsirləri altında uyğun mühitdə yaranan informasiya axınları yaranma mənbəyindən istehlak – istifadə məntəqələrinə qədər material axınlarına uyğun məlumatları – informasiyaları daşıyır. Bu axınlar material resurslarının operativ idarə edilməsi və strateji qərarların hazırlanması üçün sərbəst, müstəqil xarakterə malikdir. Lakin praktiki baxımdan informasiya axınlarının hərəkət sürəti material axınlarının hərəkət sürətilə üst – üstə düşür. Nəticə etibarlı ilə material və informasiya axınları arasında zaman nöqtəyi – nəzərindən fərqlər yaranır.

İnformasiya axınları:

- material və istehsal resurslarına tələbatın müəyyənləşdirilməsi;

- tələbatın ödənilməsi üçün müvafiq tədarükat bazarına çıxışın təmin edilməsi;

- tədarükat metodlarının müəyyənləşdirilməsi;

- sifariş edilmiş məhsulların istehsalçılardan istehlakçılara nəql edilməsi üçün bu və ya digər nəqliyyat vasitələrinin seçilməsi üzrə qiymətləndirmənin aparılması;

- məhsulgöndərən firmalar tərəfindən göndərilmiş məhsulların kəmiyyət və keyfiyyət üzrə qəbulu işlərinin həyata keçirilməsi;

- məhsulların anbarlaşdırılması, istehsal istehlakına hazırlanması, istehsal proqramının yerinə yetirilməsi zamanı material resurslarına tələbat yarandıqca onların istehlak yerlərinə çatdırılması;

- hazır məhsul istehsalı ilə bağlı operativ məlumatla-

rın toplanması və ya müvafiq qərarların hazırlanması nəticəsində yaranır.

Başqa sözlə, informasiya axınları istənilən səviyyəli logistik sistemin həddləri daxilində bu və ya digər logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı yaranır və yaranma mənbəyindən son istehlakçıya qədər məlumatların yazılı və şifahi daşıyıcısı kimi çıxış edir. Bu axınlar istər istehsalçı və məhsulgöndərən firmalarda məhsul satışı siyasətinin formalaşdırılması, istərsə də istehlakçı firmalarda tədarükət və istehsalın təşkili üzrə strateji qərarların hazırlanması, eləcə də operativ idarəçilik baxımından müstəsna əhəmiyyətə malikdir.

Məhz bu nöqteyi – nəzərdən informasiya axınlarının müasir logistikada rolu durmadan artır. Bu hər şeydən əvvəl bir sıra səbəblərlə əlaqədardır. **Birincisi**, istehlakçılar üçün istehsalçı firmalara verilmiş sifarişlərin mövcud vəziyyəti, sifariş edilmiş material və ya istehsal resurslarının tədarükət bazarında təklif edilməsi ehtimalı, məqsəd bazarında seçilmiş istehsalçı və ya məhsulgöndərən firmalar tərəfindən məhsulların göndərilməsi müddəti və ya tezliyi, yük sənədləri və s. haqqında informasiyalar logistik servisin mühüm elementi hesab edilir. **İkincisi**, logistik dövrünün bütün mərhələlərində ehtiyatların idarə edilməsi baxımından tam, dolğun və etibarlı informasiyaların mövcud olması təklif paketində qeyri - müəyyənlik səviyyəsini azaltmaqla istehsal ehtiyatları və əmək resurslarına olan tələbatın azaldılmasına imkan verir. **Üçüncüsü**, konkret nəticələrə nail olunması üçün resurslardan harda, necə və nə vaxt istifadə edilməsi baxımından informasiyalar logistik sistemlərin çevikliyini artırır.

Beləliklə, **informasiya axınları adı altında logistik əməliyyatların idarə edilməsi və ona nəzarət üçün logistik sistem tərəfindən istifadə olunan, logistik sistemlə xarici mühit arasında əlaqələri təşkil edən məlumatlar məcmusu başa düşülür.**

İnformasiya axını vaxt vahidi ərzində işlənən, saxlanılan və ötürülən informasiyanın kəmiyyəti ilə ölçülür.

Hər hansı bir məlumatda olan informasiyanın ölçülməsi qaydaları informasiya nəzəriyyəsi adı altında iqtisadi kibernetika tərəfindən öyrənilir. Bu nəzəriyyəyə görə informasiyanın kəmiyyət vahidi ikilik vahid – bit qəbul edilmişdir. Elektron hesablama maşınlarından istifadə etməklə məlumatların işlənməsi və ötürülməsini həyata keçirən zaman informasiyalar baytla ölçülür. Bayt adətən 8 bit-dən ibarət olmaqla maşın sözünün hissəsidir. Logistik informasiyaların fərdi elektron hesablama maşınlarının (FEHM) tətbiqilə işlənməsi zamanı informasiya kəmiyyətinin törəmə - kilobayt, meqabayt və kilobit kimi vahidlərdən də istifadə olunur.

Deməli, informasiya axınları müxtəlif: **yaranma mənbəyi, hərəkət istiqaməti, informasiyaların ötürülməsi sürəti, informasiya axınlarını təşkil edən məlumatların ümumi həcmi** kimi parametrlərlə xarakterizə olunur.

İnformasiyaların ötürülməsi sürəti informasiya nəzəriyyəsində və ya rabitə texnikasının müxtəlif sahələrində adətən **bodla** ölçülür (bir bod saniyədə bir bitin ötürülməsinə uyğun gəlir). Praktiki fəaliyyət zamanı informasiya axınlarının sürəti vaxt vahidi ərzində ötürülən və ya işlənən sənədlərin sayı, eləcə də bu sənədlərdəki sənəd sətirlərinin sayı ilə müəyyən edilir.

İnformasiya axınlarının ümumi həcmi vaxt vahidi ərzində ötürülən və ya işlənən sənədlərin ümumi həcmi və ya onlardakı sənəd sətirlərinin ümumi miqdarı ilə ölçülür. İnformasiya axınlarının kəmiyyət tərəfi bu axınlarının ötürülməsi üçün istifadə olunan rabitə kanallarının buraxılış qabiliyyətinin düzgün müəyyənləşdirilməsinə xidmət edir.

Firma və şirkətlərin logistik menecmentləri praktiki fəaliyyət zamanı informasiya axınlarının xarakterizə olunması üçün: ötürülən məlumatın nomenklaturası, məlumat və

sənədlərin tipi, məlumatlar massivi, məlumatların ötürülməsi intensivliyi və tezliyi, informasiya kanallarının buraxılış qabiliyyəti, qeyri-sanksion girişlərdən müdafiə və s. kimi çox saylı göstəricilərdən mütəmadi istifadə edirlər.

Özünün iqtisadi təbiətinə görə informasiya axınları, həm də onunla qarşılıqlı əlaqədə olan, şərtləşən yük vahidləri material axınları adlanır. Lakin bu informasiya axınları əvvəl qeyd edildiyi kimi yük vahidlərindən təşkil edilmiş material axınlarından özlərinin formalarına, yaranma mənbəsinə və vaxtına, müxtəlif mənbələr və ya obyektlər arasında hərəkət istiqamətlərinə görə fərqləndiyindən onlar logistikada müstəqil şəkildə öyrənilir. Logistikada informasiya axınlarının tədqiqi və onlardan logistik idarəetmənin həyata keçirilməsi üçün istifadə olunmasını nəzərdə tutan funksional sahə *informasiya logistikası* adlanır.

Logistik proseslərin informasiya təminatının vacibliyini, əhəmiyyətini nəzərə alan alim və mütəxəssislər belə hesab edirlər ki, resursların və informasiya axınlarının idarə edilməsi, habelə biznes fəaliyyətində əlahiddə rol oynayan informasiya logistikasının xüsusi yerini mütləq mənada müəyyənləşdirmək lazımdır.

Bu zaman *informasiya logistikası* adı altında məhsul və xidmətlərin istehsalı, bölüşdürülməsi və istehlakı haqqında müxtəlif iqtisadi (istehsal – satış) fəaliyyət obyektləri arasında mövcud olan və dövr edən məlumatlar başa düşülür. İdarəetməyə aşağıdakı əsas funksiyalar aid edilir:

- istehsal – satış proseslərinin gedişinə nəzarət və onun təhlili;
- istehsal – satış fəaliyyətinin tənzimlənməsi;
- uçot və hesabat işlərinin aparılması.

Logistikada informasiya axınları elektron məlumatları massivi, müəyyən formada tərtib edilmiş kağız sənədləri, habelə məlumatların göstərilən bu iki formasının hibritindən ibarət axın şəklində yaranır.

Logistikada informasiya axınlarını təşkil edən ele-

mentlərə:

- telefonqramma və ya faks;
- məhsulla birlikdə tələb olunan yerə (anbar və ya bazalara) daxil olan, onu müşahidə edən qaimələr;
- yüklərin anbara və bazalara daxil olması və yerləşdirilməsi haqqında informasiyalar;
- nəqliyyat tarifləri, mümkün nəqliyyat marşrutları və istifadə olunan nəqliyyat vasitələrinin növü haqqında məlumatlar;
- ehtiyatların vəziyyətini xarakterizə edən dinamik modellər və onlarda baş verən dəyişikliklər;
- istehsalla bağlı müxtəlif normativ – sorğu məlumatları;
- məqsəd bazarı və onun konkret segmentində baş verən dəyişikliklər;
- istehsal gücləri və bitməmiş istehsal haqqında cari məlumatlar;
- məhsulgöndərənlər, vasitəçi strukturlar və istehsalçılar (istehlakçılar) haqqında cari məlumatlar;
- sifariş portfelində baş verən dəyişikliklər;
- məhsul istehsalı planı haqqında məlumatlar;
- hazır məhsulun növü və həcmi haqqında məlumatlar;
- istehlakçılara faktiki satılan məhsullar haqqında məlumatlar;
- maliyyə axınları haqqında məlumatlar və s. aid edilir.

Deməli, logistik sistem daxilində yaranan, saxlanılan, dövr edən və istifadə olunan informasiyalar yalnız cari istehsal – satış proseslərinin normal gedişini təmin etdikdə, onların səmərəli və effektiv həyata keçirilməsi üçün optimal şərait yaratdıqda faydalı hesab edilir. Bu işə informasiya bazasının yaradılması və bu informasiya bazasının yenilənməsi (istehsal – satış fəaliyyətinin cari vəziyyətini əks etdirən

müvafiq məlumatlara) yolu ilə təmin edilir. Buna görə də adekvat informasiya axınlarının formalaşması üçün iki əsas prinsipə əməl etmək tələb olunur:

1. Logistik informasiya axınlarını təşkil edən məlumatlar istehsal – satış fəaliyyətinin həyata keçirildiyi mənbəyə maksimum yaxın yerdən yığılmalıdır.

2. Məlumatlar onları müqayisə etmək və sonradan dəyişmək üçün əlverişli formada verilməlidir.

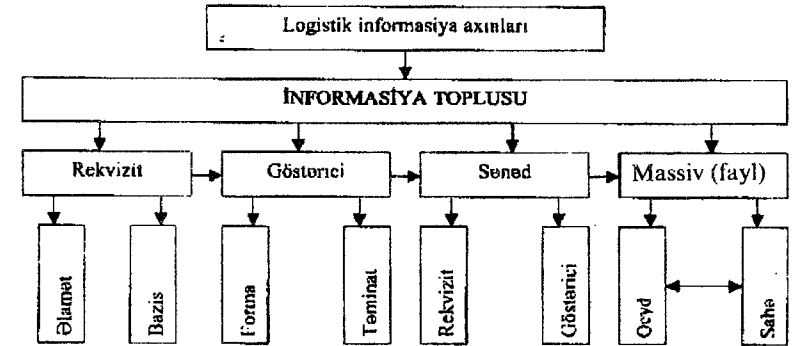
Bütün bu qeyd olunanlardan belə nəticəyə gəlmək olar ki, logistik informasiya axınlarının bir sıra xarakterik xüsusiyyətlərə malik olması onları digər informasiya axınlarından əsaslı surətdə fərqləndirir. Bu xüsusiyyətlər əsasən logistik sistemlərin mahiyyətindən, onlara məxsus xassələrindən irəli gəlir, ondan törəmədir. Daha doğrusu, logistik informasiya axınları:

- müxtəlif tərkibə malik olması (logistik sistem daxilində istifadə olunan informasiyalar keyfiyyətə eynicinsli deyil. Qeyd etmək lazımdır ki, xətti proqramlaşdırmada, o cümlədən, nəqliyyat məsələsində «eynicinsli» adı altında ixtiyari göndərmə məntəqəsindən təyinat məntəqəsinə qədər məhsulların daşınması imkanlarının qeyri - məhdudluğu başa düşülür. Logistik sistemlər daxilində informasiya axınlarının hərəkəti prosesinə qeyd olunan yanaşmanın tətbiqi ixtiyari sənədin idarəetmə aparatının ixtiyari struktur bölmələrinə ötürülməsi, verilməsi imkanlarının qeyri - məhdudluğunu nəzərdə tutur);

- bölmələrin - informasiya göndərənlərin çoxluğu;
- informasiyaları qəbul edən obyektlərin çoxluğu;
- müşahidə olunan, araşdırılan informasiya marşrutlarının mürəkkəbliyi və çətinliyi;
- hər bir marşrut üzrə sənəd vahidlərinin ötürülməsini həyata keçirən bölmələrin çoxluğu;
- informasiya axınlarının çox varinath optimallaşdırılması ilə xarakterizə olunur.

Logistik informasiya axınlarının sadalanan bu xüsusiyyətləri informasiya axınlarının təsnif edilməsinə imkan verir və ona qarşı xüsusi tələblər irəli sürür.

Hər şeydən əvvəl qeyd etmək lazımdır ki, logistik informasiya axınları öz - özlüyündə kifayət qədər mürəkkəb sistemdir və bir sıra tərkib elementlərə bölünür (şəkil 3.10).



Şəkil 3.10. Logistik informasiya sisteminin quruluş sxemi

Şəkil 3.10 -dan görüldüyü kimi logistik informasiya axınları hər biri müvafiq məna daşıyan və təsvir olunan obyektə keyfiyyət və kəmiyyət xarakteristikaları verən bir neçə rekvizitlərdən (göstəricilərdən) təşkil edilmiş informasiya toplusudur.

Rekvizit – yenidən (sonradan) bölünməsi qeyri - mümkün olan sadə məlumat vahididir və digər analogi elementlə birləşərək daha mürəkkəb informasiya toplusunu yaradır. Bununla əlaqədar olaraq rekvizit informasiya toplusunun tərkibini məsələn, «təşkilatın adı və kodu», «məhsulun adı və kodu», «məhsulun qiyməti», «məhsulların kəmiyyəti», «idarəetmə sənədlərinin kodu» və s. kəmiyyət və keyfiyyətə xarakterizə edir. Hər bir rekvizit rəqəm, hərf və xüsusi simvollar toplusu formasında verilə bilər. Yaranma və informasiyaların emalı prosesində roluna görə rekvizitlər *əlamət* və *bazislərə* bölünür.

Əlamət – məlumatın tərkib hissəsi olmaqla təsvir edilən obyektə keyfiyyətə xarakterizə edir və bu məlumatı fər-diləşdirir. İqtisadi mənada ayrıca götürülmüş əlamət yoxdur və o həmişə bazislə birlikdə qəbul edilir. Əlamətlər rekvizi-tinə: «ay», «struktur bölməsinin kodu», «işçilərin tabel nömrəsi» və s.-ə aid edilir. İnformasiyaların işlənməsi prose-sində rekvizit əlamətləri üzərində bir qayda olaraq logistik əməliyyatlar (axtarış, sortlaşdırma, emal və s.) yerinə yetiri-lir.

Bazis – məlumatın tərkib hissəsi olmaqla funksional baxımdan təsvir edilən obyektə kəmiyyətə xarakterizə et-məkdən ibarətdir. Burada da iqtisadi mənada ayrıca götürülmüş bazis yoxdur və o, praktiki fəaliyyət zamanı əlamət rekvizitlə birlikdə qəbul edilir. Bazis rekvizitləri he-sab olunan «hər hansı predmetlərin sayı», «qiymət», «məb-ləğ» və s. ölçmə və ya hesablama nəticəsində alınan ədədi kəmiyyətlərdir.

Sənədin yaranması üçün minimum sayda zəruri bir əsas və bir neçə əlamət rekvizitlərini özündə birləşdirən in-formasiya toplusu **göstərici** adlanır. Məsələn, «anbara təhvil verilmiş hazır məhsulların kəmiyyəti» göstəricisi bir əsas rekvizit - «məhsulun kəmiyyəti» və bir neçə əlamət rekviziti «tarix», «istehsal bölməsinin kodu», «hazır məhsul anbarı-nın kodu», «ölçü vahidi» və s. ibarətdir. Sadalanan bu rekvizitlərin məcmusu – toplusu hazır məhsulların anbara təh-vil verilməsi üzrə əməliyyatları təsvir edir və hazır məhsulun anbara təhvil verilməsinə birbaşa xidmət edən və kompüterləşdirilmiş idarəetmə sistemlərində işlənmək üçün əlverişli olan «**q a i m ə**» adlı sadə bir sənədi yaradır.

Göstəricilərin elementləri və ya bütünlüklə göstəricinin özü iki cəhətə:

- forma (məsələn, qaimədə sənəd sütunlarının və sətir-lərinin adı);
- təyinatə görə (sütunlar və sətirlərdə müəyyən ədədlər və sözlərlə ifadə edilmiş yazılar və s.) xarakterizə olunur.

Bu zaman sənəd forması kimi ierarxiya quruluşuna malik mürəkkəb informasiyalar çıxış edir. İdarəetmə prosesində istifadə olunan sənədlər isə öz növbəsində bu sənədlərin mal-lik olduğu informasiyalara görə cavabdehlik məsuliyyəti daşıyan şəxslərin imzası və möhürü ilə mütləq mənada təs-diqlənmiş bir və ya bir neçə göstəricini özündə birləşdirir. Adətən, ilkin məlumatlar bu və ya digər sferada insan fə-liyyətinin nəticəsi hesab olunur. Əgər sənədləri onların həy-at dövrünə görə səciyyələndirməli olsaq təbii ki, sənədlər məlumatların yığılması və qeydiyyatı mərhələlərində yaranır və sonradan, xarici mühit - kənar təşkilatların (ali və icra orqanlarının) təsiri nəticəsində formalaşır.

Məsələn, mühasibat uçotunda göstəricinin əsasını he-sablaşma və ölçmələrin nəticələri təşkil edir və icmal müha-sibat və statistik məlumatların alınmasına imkan verir. Bu da öz növbəsində təşkilat, rayon, sahə, iqtisadi region və respublika üzrə statistik hesabatların tərtibi zamanı ilkin informasiya rolunu oynayır.

Massiv – eynicinsli məlumatlar məcmusunun mənə mahiyyətinə görə vahid formada birləşməsidir. Massivin mahiyyətini müəyyənləşdirən əsas element qeydlər – yazı-lardan ibarətdir.

Bir massivə aid edilən məlumatlar ümumi qayda üzrə (məlumatların yığılması, saxlanması və emalı texnologiyası-na uyğun) qeyd olunur, yazılır. Massivin tipi onun ma-hiyyətinə (məsələn, material normativləri massivi, məhsul-göndərənlər massivi, tədarükat və ya satış bazarları massivi, məhsul istehsalçıları massivi və s.) və məlumatların işlənmə-si prosesində yerinə yetirilən funksiyaya (məsələn, giriş, çı-xış və aralıq massivlər) görə müəyyənləşir. Simvolik adlarla təchiz edilmiş və informasiya sistemlərində onu birmənalı təyin edən informasiya massivləri **fayl** adlanır.

Beləliklə, logistik informasiya axınları qoyulan məq-səd və vəzifələrdən asılı olaraq müxtəlif əlamətlərə: **logistik**

əməliyyatlara və logistik funksiyalara; logistik sistemə münasibətinə; informasiya daşıyıcılarına; yaranma vaxtına və metoduna; istifadə müddətinə; açıqlıq dərəcəsi və təminatına; məlumatların ötürülməsi üsullarına; qarşılıqlı əlaqə dərəcəsinə; məlumatların informasiya tutumuna; istifadə üsulları və dərəcəsinə; sıxlığına görə təsnif edilir.

İnformasiya axınlarının qeyd olunan bu əlamətlər üzrə təsnif edilməsi zamanı qəbul edilmiş ümumi prinsiplər aşağıdakılardan ibarətdir:

a) təsnif edilən obyekt kifayət qədər tam əhatə etmək;

b) çoxmərhələli təsnif etmədə hər bir mərhələ üzrə təsnifat əlamətlərinin birgəliyinə nail olmaq;

c) təsnifat sxeminin açıqlığını (yeni məhsul növlərinin əlavə edilməsi imkanı) təmin etmək.

Sadalanan prinsiplərə əsaslanmaqla logistik informasiya axınlarının təsnif edilməsində vacib mərhələ bu və ya digər logistik informasiya axınlarının konkret təsnifat qrupuna mənsub olmasını əvvəlcədən təyin edən əlamətlər və meyarlar toplusunun müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir.

Logistik informasiya axınlarına məxsus məhsulgöndərənlərin və istehlakçıların çoxluğu və eynicinsli olmamasını nəzərə almaqla, eləcə də təsnif etmənin başlıca məqsədini (logistik informasiya axınlarının nizama salınması) əldə rəhbər tutmaqla ilkin mərhələdə ayrı – ayrı fəaliyyət növləri əsasında yaranan eynicinsli informasiya axınlarını təsnif etmə qrupu daxilində konkret əlamətlər üzrə bölmək lazımdır.

İrəlşdirilmiş ixtiyari logistik sistem üç əsas (tədarükət, istehsal ehtiyatlarının idarə edilməsi, hazır məhsulun bölüşdürülməsi) və təminədiçi (maliyyə, servis, informasiya) funksiyalardan təşkil edilir. Logistikanın bu funksional sahələrindən asılı olaraq informasiya axınları aşağıdakı kimi təsnif edilir.

1. Logistik əməliyyatlara və logis-

tik funksiyalara görə:

- *sadə*;
- *kompleks*;
- *açar*;
- *bazis*.

2. Logistik sistemə münasibətinə görə:

• *daxili* - logistik sistemin daxilində və onun elementləri arasında dövr edən müxtəlif təyinətli informasiya axınları, məsələn konkret növ məhsul istehsalı üçün istehsalın təşkili, istehsalın maddi təminatı və hazır məhsul istehsalı haqqında informasiyalar;

• *xarici* - logistik sistemlə onun ətraf mühiti arasında dövr edən müxtəlif təyinətli informasiya axınları, məsələn məhsulgöndərənlər tərəfindən göndəriləcək yüklərin növləri və həcmi, nəqliyyat kompaniyaları arasında rəqabətin mövcud səviyyəsi, ayrı-ayrı istehlakçıların aldıkları məhsul partiyasının həcmi və s. haqqında məlumat;

• *üfüqi* - ierarxiya quruluşlu logistik sistemin bir səviyyəsinə aid edilən informasiya axınları. Burada ierarxiya piramidasının bir mərtəbəsinə məxsus logistik sistemin quruluş bölməsində, məsələn, ehtiyatların yaradılması və ya istehsalın normal təşkil edilməsi baxımından anbar logistikası səviyyəsində dövr edən məlumatlar nəzərdə tutulur;

• *şaquli* - logistik menecmentin yuxarı səviyyəsindən aşağı səviyyəsinə qədər olan informasiya axınları. Burada informasiyalar ierarxiya piramidasının müxtəlif mərtəbələrində yerləşən bir logistik sistemin quruluş bölmələri, məsələn konkret növ məhsul istehsalı üçün istehsalla tədarükət, istehsalla satış, tədarükətlə ehtiyatlar, ehtiyatlarla istehsal və s. arasında dövr edir;

• *giriş* - logistik mərkəzlərə logistik sistemlərin xarici və daxili mühitindən daxil olan və eyni zamanda onun hər bir elementinə nəzarət edən informasiya axınları;

- **çıxış** - logistik mərkəzlər tərəfindən logistik sistemin daxili və xarici mühitinə verilən, lakin onun hər bir elementinə nəzarət edən informasiya axınları.

3. **İnformasiya daşıyıcılarına görə:**

- **kağız daşıyıcıları** - məhsullar və onların hərəkətini xarakterizə edən müxtəlif təyinatlı sənədlər;

- **maqnit daşıyıcıları** - informasiyaların kompyüter texnologiyası ilə işlənməsini həyata keçirən maqnit lentləri, maqnit diskləri;

- **elektron;**

- **qarışıq.**

4. **Yaranma vaxtına və istifadə müddətinə görə:**

- **müntəzəm axınlar** - müəyyən edilmiş vaxtda konkret qaydalar üzrə məlumatların ötürülməsi;

- **dövri axınlar** - müəyyən vaxtda ciddi məhdudiyyətlərlə məlumatların ötürülməsi;

- **operativ axınlar** - interaktiv və «on line», «off line» dialoq rejimlərində logistik sistemin abonentlərilə əlaqələri təmin edən informasiyalar;

5. **Yaranma metodlarına görə:**

- **ilkin informasiya axınları;**

- **törəmə – sərbəst informasiya axınları;**

6. **Təyinatından asılı olaraq:**

- **direktiv (idarəetmə) axınları (əmrilər və sərəncəmlər);**

- **normativ - məlumat xarakterli informasiya axınları (təlimatlar, protokollar, əsasnamələr və s.);**

- **idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi zamanı uçot və təhlilin aparılması üçün lazım olan uçot – analitik informasiya axınları;**

- **köməkçi informasiya axınları (xülasələr, arayışlar, elmi məqalələr, referatlar, texniki təhlükəsizlik üzrə sənədlər və s.).**

7. **Açıqlıq dərəcəsi və əhəmiyyətlik səviyyəsinə görə:**

- **açıq informasiya axınları** - logistik sistemə məxsus və ya bu sistemdən kənar iştirakçıların informasiyalardan istifadə etmə dərəcəsini xarakterizə edən informasiyalar;

- **bağlı informasiya axınları** - informasiyalardan istifadə edilməsi və ya onun əldə olunması üçün logistik sistemin bəzi iştirakçılarına müəyyən məhdudiyyətlərin, sistemdən kənar abonentlərə isə ümumən qadağa qoyulan informasiyalar;

- **kommersiya xarakterli informasiya axınları** - istər ilkin, istərsə də təkrar logistik informasiyaların istifadəçilərinə əvvəlcədən müəyyən olunmuş razılaşma üzrə komission haqları əsasında verilən informasiyalar;

- **məxfi (konfidensial) informasiya axınları** - bir logistik sistemin iştirakçılarına və ya logistik sistemin bir iştirakçısına məxsus olan spesifik informasiyalar;

- **adi informasiya axınları** - heç bir məhdudiyyətlər qoyulmadan logistik sistemin bütün iştirakçıları tərəfindən logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi və bu sistemə nəzarət edilməsi məqsədilə istifadə olunan informasiyalar;

- **sifariş edilmiş informasiya axınları;**

- **korrelyasiya (asılı) xarakterli informasiya axınları** - bu səpkili informasiyalar material axınlarından bilavasitə asılı olan informasiyalardır. Burada, məsələn, yüklərin hərəkəti və ayrı – ayrı məhsul növləri üzrə ehtiyatların səviyyəsinin dəyişməsi haqqında informasiyalar material axınları ilə korrelyasiya asılılığındadır).

8. **Məlumatların ötürülməsi üsullarına görə:**

- **qasid;**

- **poçt;**

- **telefon, teleqraf və teletayp;**

- **radio və televiziya;**

- *elektron poçtu;*
- *faksimil şəbəkələr;*
- *telekommunikasiya şəbəkələri.*

9. İndikasiyadan asılılığa görə:

- *rəqəm (sənədlərdə rəqəmlə yazılar, monitorda rəqəmlərin təsviri);*
- *hərflər (sənədlərdə və monitorun ekranında sözlə yazı);*
- *simvolik (çertyoclarda, təşkilati sxemlərdə şərti təsvirlər);*
- *predmet – vizual (teletəsvirlər, fotoqrafiyalar).*

10. Qarşılıqlı əlaqə dərəcəsinə görə:

Qarşılıqlı əlaqəlik dərəcəsi mövcud informasiya növü ilə başqa informasiya növlərinin kəmiyyəti arasında asılılıq əsasında müəyyənləşdirilir.

• *qarşılıqlı əlaqədə olan (qarşılıqlı əlaqədə olan informasiya dedikdə ilkin idarəetmə obyektindən idarəetmə sistemə istiqamətlənmiş və sərbəst (törəmə) informasiyalar başa düşülür) informasiya axınları ;*

• *qarşılıqlı əlaqədə olmayan informasiya axınları.*

11. Məlumatların informasiya tutumuna görə:

İnformasiyaların həcmi simvol – hərflər, rəqəm, xidməti işarələr və ya baytların sayı ilə ölçülür.

- *az həcmli (3 Kb – a qədər) informasiya axınları;*
- *orta həcmli (500 Kb – a qədər) informasiya axınları;*
- *iri həcmli (500 Kb – dan çox) informasiya axınları.*

12. İstifadə üsulları və dərəcəsinə görə:

- *istifadə olunmayan informasiya axınları;*
- *bir dəfə istifadə olunan informasiya axınları;*
- *az istifadə olunan informasiya axınları;*
- *bir neçə dəfə istifadə olunan informasiya axınları;*

13. Sıxlığına görə:

- *az intensivli (1 Mbit/saniyə) informasiya axınları;*
- *orta intensivli (1 – 2 Mbit/saniyə) informasiya axınları;*
- *yüksək intensivli (2 Mbit/saniyədən çox) informasiya axınları*

Bu təsnifat əlamətlərindən başqa praktikada ayrı - ayrı bölgü kanalları üzrə hazır məhsulların bölüşdürülməsi haqqında qərarlardan ibarət olan informasiya axınları iki böyük qrupa:

a) bölüşdürmə şəbəkələrində yerinə yetirilən əməliyyatların müvəqqəti şərtlərini xarakterizə edən axınlara (sifarişlərin alınması və ötürülməsi müddəti, əmtəlik ehtiyatların yaradılması və onların seçilmiş təyinat məntəqəsinə göndərilməsi. dispetçerləşdirmə vaxtı, monitoring və s.);

b) məlumatların dəqiqliyi və etibarlılığını əks etdirən axınlara bölünür.

Logistik funksiyaların yerinə yetirilməsinin ilkin mərhələsində – məsələn, istehsal və material resurslarının alqı – satqısı üzrə sövdələşmələrin aparılması, müqavilələrin bağlanması zamanı xüsusi material axınlarının yaranması informasiya axınlarının əmələ gəlməsinə səbəb olur. Lakin material və informasiya axınları izomorf olmadıqlarından onların arasında yaranma vaxtına görə sinxronluq və ya uyğunluq mövcud deyil. Xarakterik nümunə kimi əmtə birjalarında bağlanan forvard (hələ göndərilməyən və ya hələ istehsal edilməyən məhsulların satışı üzrə ticarət) müqavilələrini göstərmək olar. Məhz buna görə də informasiya axınları material axınlarına münasibətdə *ötüb keçən, axın vaxtları eyni olan və ondan geri qalan və ya sonra gedə bilən axın növləri* kimi də təsnif edilir. Bu zaman informasiya axınları material axınlarına nisbətən düz və əks istiqamətli ola bilər. Əgər bu və ya digər logistik informasiyalar istehlakçı firmalar tərəfindən məhsulgöndərənlərə və ya istehsalçı firmalara informasiyalar adlanır. Material axınları ilə bərabər informa-

siya axınları da eyni alıcıya və ya alıcılara ünvanlanırsa belə informasiyalara düz istiqamətli informasiyalar deyilir.

Material axınlarına nisbətən düz informasiya axınları göndərilən yüklərin daxil olması haqqında əvvəlcədən alıcılara məlumatların verilməsindən ibarətdir. Material axınlarını qabaqlayan əks informasiya axınlarına isə adətən istehsalçı firmalar tərəfindən məhsulgöndərənlərə və ya istehsalçı firmalara tədarükat üzrə verilən sifarişlər, verilmiş sifarişlərin icra edilməsinin müəyyən müddətə qədər gecikdirilməsi və ya tezləşdirilməsi kimi məlumatlar aid edilir.

Axın vaxtları material axınları ilə eyniyyət təşkil edən düz istiqamətli informasiya axınları yükü müşahidə edən sənədlər – məhsulların kəmiyyət və keyfiyyətini təsdiq edən əmtəə – nəqliyyat qaimələri və sertifikat xarakteristikaları haqqında məlumatlardan təşkil edilir.

Material axınlarından sonra gedən düz istiqamətli informasiya axınları istehsalçı və ya məhsulgöndərən firmalar tərəfindən göndərilmiş yüklərin keyfiyyətini təsdiq edən əlavə sənədlər və ya göndərilmiş məhsulların kəmiyyətində sonradan aşkar edilmiş çatışmazlıqların növbəti məhsul partiyasının göndərilməsi zamanı aradan qaldırılması haqqında məlumatlardan ibarətdir. Material axınlarından sonra gedən əks istiqamətli informasiya axınlarına alıcıların məhsulların kəmiyyət və keyfiyyətcə qəbul edilməsinin nəticələri, müxtəlif iradlar və etirazlar haqqında məhsulgöndərənlərə ünvanladıkları məlumatlar aid edilir.

Beləliklə, informasiya axınlarının hərəkət istiqamətləri material axınlarının hərəkət marşrutu ilə üst - üst düşməyə də bilər. Odur ki, informasiya axınlarını:

- axının istiqamətini dəyişmək;
- məlumatların ötürülməsi sürətini onların qəbul edilməsi sürətilə eyniləşdirmək;
- axınların həcmi ayrı-ayrı qovşaqların və ya sahələrin gündəlik və ya aylıq buraxılış həcminə bərabərləşdir-

məklə idarə etmək olar.

Ayrı-ayrı logistik funksiyaları müşahidə edən informasiya axınları, məsələn, istehsalın təşkili və idarə edilməsi, nəqliyyat, ehtiyatların və sifarişlərin idarə edilməsi və s. ilə bağlı olan proseslər olduqca mürəkkəbdir. Bu mürəkkəblik hər şeydən əvvəl tərtib edilən sənədlərin çox növlülüyü, sənəd dövriyyəsinin vaxt baxımından uzunluğu, habelə bu sənədlərdə lüzumsuz rekvizitlərin sayının hədsiz çox olması ilə xarakterizə edilir. Təkcə onu qeyd etmək kifayətdir ki, beynəlxalq səpkili qarışıq (dəmiryolu – dəniz nəqliyyatı) yükdaşımalarda mindən artıq rekvizitlərdən təşkil edilmiş 160 - a yaxın ilkin sənədlərdən istifadə olunur. Bu zaman yaranan informasiya axınları iyirmidən artıq vasitəçi struktur arasında qarşılıqlı formada cərəyan edir. Mövcud mürəkkəb vəziyyətin aradan qaldırılması, yəni kağız sənəd dövriyyəsinin həcmi azaldılması, sənəd dövriyyəsinin texnoloji sxeminin sadələşdirilməsi üçün logistik informasiya axınlarının BMT EDIFACT beynəlxalq standartlar üzrə elektron ötürülməsi və işlənməsini təmin edən müasir informasiya və telekommunikasiya vasitələrinin intensiv tətbiqi məqsəduyğundur.

Logistik menecmentin təmin edilməsi sahəsində informasiya – kompyüter texnologiyasının rolunun qiymətləndirilməsi olduqca çətinidir. Logistikanın müasir inkişaf səviyyəsi informasiya – kompyüter texnologiyasının sürətli inkişafı və biznes sferasında geniş tətbiqi ilə müəyyənləşir. Əksər logistik konsepsiyaların həyata keçirilməsi tez, sürətli fəaliyyət göstərən kompyüterlər, lokal hesablama şəbəkələri, telekommunikasiya sistemləri və informasiya – proqram təminatlarından istifadəyə əsaslanır.

Axınlardakı informasiyalar xarakter baxımından statistik bölüşdürüldüyündən logistik sistemi təmin edən telekommunikasiya vasitələri rabitə kanallarının yüklənməsi imkanlarını və məlumatların tezlik baxımından sortlaşdırılması kimi məsələləri mütəmadi olaraq diqqət mərkəzin-

də saxlamalıdır.

Logistik sistemin xarici mühitində mövcud olan informasiya axınları logistik sistemin daxili mühiti tərəfindən qəbul edilən və sonradan xarici mühitə ötürülən informasiyalardan istifadə olunması üçün onların üzərində əvvəlcədən müvafiq analitik işləmələrin aparılmasını və bu əsasda uyğun logistik qərarların qəbul edilməsini həyata keçirir. Xarici mühit logistik sistemə qarşı bir növ «itaətsiz» olduğundan əksər hallarda daxili mühitin tələblərini nəzərə almadan praktiki fəaliyyət göstərir. Odur ki, logistik sistem xarici informasiya axınları haqqında qərarlar qəbul edən zaman daxili mühiti xarici mühitin təsirlərinə uyğunlaşdırmalıdır. Başqa sözlə, istehlakçı firmalar üçün istənilən neqativ hallar - tədarükat bazarında seçilmiş potensial məhsul-göndərənlər, nəqliyyat kompaniyaları və ya nəqliyyat marşrutlarında ixtiyari dəyişiklik baş verdikdə, onları yeniləri ilə əvəz etmək məqsədilə logistik sistemin daxili mühiti çevik reaksiya vermək qabiliyyətinə malik olmalıdır.

Daxili informasiya axınları həm operativ, həm də strateji təyinatlı logistik qərarların qəbul edilməsinə xidmət edir. Operativ qərarlar logistik sistemin daxili mühitinin fasiləsiz həyat fəaliyyətini təmin edilməsi məqsədini daşıyır. Logistik mərkəzlər daxili mühit üçün dövr edən daxili və xarici informasiya axınları arasında mövcud əlaqə və əks əlaqələrin koordinatlarını müəyyənləşdirir. Müəyyən edilən koordinatlarda logistik mərkəzlər ilkin məlumatların xarici mühitin bu və ya digər təsirinə uyğunlaşdırılması məqsədilə təcili təmizləmə (filtrasiyası) işini həyata keçirirlər. Strateji qərarlar isə xarici informasiya axınlarından alınmış xəbərlər nəzərə alınmaqla statistik məlumatların təhlil edilməsinə əsaslanır. Hər tərəfli statistik və analitik təhlillərin aparılması ilə hazırlanan belə qərarlar yalnız daxili mühitin inkişaf etdirilməsinə xidmət edir.

Logistik sistemin daxili mühitinə daxil olan və xarici mühitinə ötürülən informasiya axınlarının qeyd edilməsi,

saxlanması və onların üzərində müvafiq logistik əməliyyatların aparılması üçün logistik mərkəzlər məlumatlar bazasına və proqram təminatı vasitələrinə malik olmalıdır. Müasir və müfəssəl proqram təminatına malik olmayan logistik mərkəzlər istehsal, nəqliyyat, ehtiyatlar və sifarişlərin idarə edilməsi və sairə kimi ayrı – ayrı logistik funksiyaların icra edilməsi zamanı müxtəlif xarakterli çətinliklərlə rəqləşə bilərlər. Bu hər şeydən əvvəl logistik funksiyaları müşahidə edən informasiya axınlarının sənəd dövriyyəsinin mürəkkəb sxematik tərkibi, istifadə edilən sənədlərin sayı və bu sənədlərdəki rekvizitlərin çoxluğu ilə səciyyələnir. Eksport təyinatlı yüklərin gömrük baxışına təqdim edilməsi zamanı tətbiq olunan ayrı – ayrı sənədləri və bu sənədlərin dövriyyəsi-ni buna nümunə göstərmək olar. Müasir logistik sistemlər öz tərkiblərində informasiya axınlarına nəzarət etmək, bu axınların istiqamətlərində logistik əməliyyatların tələbi baxımından müəyyən dəyişiklik aparmaq, məlumatların etibarlı və dolğunluğunu təmin etmək üçün onları tam, mövcud olduqları şəkildə saxlamaq, zəruri vaxtda növbəti logistik mərhələyə ötürmək məqsədilə logistik informasiya mərkəzləri yaradırlar. Belə informasiya mərkəzlərinin əsas vəzifəsi ayrı-ayrı logistik mərhələlərdən alınmış məlumatları toplamaq və onların üzərində praqmatik təmizləmə işləri aparmaq, başqa sözlə logistik vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün informasiyaları tələb olunan formaya salmaqdan ibarətdir. İnformasiya mərkəzi ilə informasiya mənbəyi arasında əlaqələr birbaşa, çevik, eşalonlaşdırılmış və əks əlaqəli ola bilər.

Beləliklə, logistik sistem daxilində yaranan və formalaşan informasiya axınları menecerlərə imkan verir ki, planlaşdırma, tənzimləmə, təhlil, nəzarət və uçot kimi ayrı-ayrı logistik funksiyaları yerinə yetirsinlər. Bu zaman informasiya axınlarının tutumu və onların operativ işlənməsi, strateji logistik qərarların hazırlanması üçün bu informasiyalardan istifadə olunması dərəcəsi menecerlərdən yüksək pe-

şəkarlıq tələb edir. Təkcə ehtiyatların idarə edilməsi ilə əlaqədar olan logistik funksiyanın yerinə yetirilməsi logistik sistemlərdə mövcud olan informasiya axınlarının mürəkkəbliyi, rəngarəngliyi və böyük ölçülərə malik olması haqqında təsəvvür yaradır.

3.4. XİDMƏT AXINLARI

Cəmiyyətdə məcmu ictimai əmək maddi istehsala və qeyri - istehsal sahəsinə bölünür. Belə bir bölgünün aparılması həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan aktualıq kəsb edir. Nəzəri cəhətdən bu cür bölgünün aparılması bütün fəaliyyət növlərinin maddi əsasını təşkil edən iqtisadiyyatın birinci sahəsinə və bilavasitə maddi bazisi birinci sahədə yaradılan və bu əsasda fəaliyyət göstərən iqtisadiyyatın ikinci sahəsinə müəyyənləşdirməyə imkan verir. Praktiki baxımdan isə belə bölgü ümummilli məhsulun daxili strukturunda nemətlərin əşya və xidmət formasında istehsal edilməsi üçün maddi və qeyri - maddi istehsal sahələrinin rolu və paylarını göstərir.

Maddi istehsalın qeyri – istehsal sahəsindən fərqləndirici cəhəti:

- insanın təbiət maddələrinə təsiri;
- təbiət maddələrini dəyişdirə bilmək bacarığı və dərəcəsi;
- insanların əmək fəaliyyəti formasından ibarətdir.

Bu üç fərqləndirici xüsusiyyət birlikdə maddi istehsalın mahiyyətini və onun bütün digər fəaliyyət növlərindən, xüsusilə də mənəvi fəaliyyətdən fərqi göstərir. Maddi istehsalın mahiyyəti insanla təbiət arasında baş verən maddələr mübadiləsi ilə xarakterizə olunur və bu zaman əmək predmeti kimi təbiət əşyaları və qüvvələri çıxış edir. Təbiətə dəyişdirici təsir isə əmək vasitələri ilə həyata keçirilir. Başqa sözlə, maddi istehsalın insanın digər fəaliyyət növlərindən

fərqi əmək prosesinin mahiyyəti və onun üç şərti (əmək, əmək predmeti, əmək vasitəsi) ilə müəyyən edilir. İnsanla təbiət arasında bilavasitə maddələr mübadiləsinə təşkil və təmin etməyən bütün digər fəaliyyət növləri maddi istehsal sahəsindən kənada qalır və qeyri-maddi istehsal sahəsinə təşkil edir. Daha doğrusu, iqtisadi münasibətlər maddi istehsalda yaranır və bu və ya digər formada qeyri - istehsal sahəsinə yayılır. Qeyri-istehsal sahəsində iqtisadi münasibətlər maddi istehsal sferasında mövcud olan iqtisadi münasibətlərlə müəyyən olunur.

Beləliklə, maddi istehsaldan fərqli olaraq qeyri-istehsal sahəsində fəaliyyət təbiət maddələrinə dəyişdirici təsirlə əlaqədar deyil, əmək vasitələri ilə təbiətə dəyişdirici təsir göstərilir, əmək vasitələri yaradılmır və o, insanla təbiət arasında maddələr mübadiləsi kimi çıxış etmir. Qeyri – istehsal sahəsində insanların əmək fəaliyyəti maddi varlıq hesab edilən təbiətin, onun qüvvələrinin bir hissəsini təşkil edən insana təsir göstərməklə təbiətə və onun qüvvələrinə də təsir göstərilir. Lakin təbiətə, onun qüvvələrinə bu cür təsir keçici xarakter daşıyır və insanın belə fəaliyyəti təbiət maddəsini dəyişdirmək məqsədi güdmür. Qeyri-maddi istehsal sahəsindəki fəaliyyət bilavasitə ya maddi dünyanı insan beynində əks etdirən (elmi biliklər, incəsənət əsərləri və s.) mənəvi nemətlər yaradır, ya da əmək prosesinin özünə faydalı formada xidmət göstərən fəaliyyət növü kimi çıxış edir. Qeyri - maddi istehsal sahəsində əmək fəaliyyəti spesifik istehlak dəyərləri – *xidmətlər* yaradır və reallaşdırır.

Əməyin xarakterindən və onun nəticələrindən asılı olaraq xidmətlər: *maddi və qeyri - maddi xidmətlərə* bölünür. Maddi xidmətlər yeni məhsulun yaradılmasında özünü göstərmir, əşya forması almır, lakin maddi məhsulların istehlak dəyərini təzələyir və beləliklə onların istehlak – istismar müddətini uzadır. Buna görə də maddi xidmətləri, istehsal fəaliyyətinin xarakterindən asılı olaraq qeyri-istehsal sferasına deyil, xidmət sferasına daxil edirlər. Öz növbəsində so-

nuncu qeyri-istehsal sferasından onunla fərqlənir ki, burada əməyin nəticəsi müstəqil formada mövcud olmur, amma müxtəlif ictimai tələbatları ödəyən, səmərəli xidmət forması kimi çıxış edir. Bu baxımdan xidmət sahəsi iqtisadiyyatın bütün sahələrini: nəqliyyat və rabitə də daxil olmaqla müxtəlif təyinatlı məhsulların alqı-satqısı, maliyyə, informasiya, sığorta və müxtəlif növ kommersiya və vasitəçilik əməliyyatlarını əhatə edir. Beləliklə, ictimai əmək bölgüsü sistemində iqtisadi mahiyyətinə və funksional roluna görə qeyri – istehsal sahəsi ona daxil olan sahələrin tərkibinə görə *«xidmət sahəsi»* anlayışı ilə üst-üstə düşür.

Hal-hazırda Birləşmiş Millətlər Təşkilatının millətlərə-rası statistik sistemində bütün iqtisadiyyat *üç sektora* ayrılır. *Birinci* sektora, kənd və meşə təsərrüfatı, balıqçılıq; *ikinciyə* - sənaye sahələri, tikinti, emaledici sənaye, energetika; *üçüncü* sektora isə xidmət sahələri – nəqliyyat və rabitə, ticarət, ictimai iaşə, təhsil, səhiyyə, elm, mədəniyyət və incəsənət, bədən tərbiyəsi və idman, maliyyə - kredit sistemi və eləcə də dövlət və ictimai təşkilatların xidmətləri aid edilir. Birinci və ikinci sektor maddi istehsal sahələrini, üçüncü isə həm istehsal, həm də qeyri – istehsal xidmətlərini əhatə edir.

İstehsal - təyinatlı xidmətlər (maddi xidmətlər) iki hissəyə bölünür. Birincisi növ xidmətlər istehsal istehlakına lazım olan xidmətlərlə bilavasitə ələqədardır. Buraya ilk növbədə texnoloji avadanlıqların cari və əsaslı təmiri, istehsal təyinatlı rabitə, yük nəqliyyatı və istehsal xidmət edən anbar təsərrüfatı, hüquq və maliyyə-kredit xidmətləri, material resurslarının istehsal istehlakına hazırlanması (materialların biçilməsi, doğranması, xırda qablara doldurulması etiket və markaların yapışdırılması), taralaşdırma, istehlakçı sifarişlərinə uyğun olaraq məhsulların çeşidlərə ayrılması və dəstləşdirilməsi, blankların tərtibi və s. daxildir. İstehsal təyinatlı xidmətlərin ikinci növünə isə maddi istehsal prosesinin davamını tədavi sferasında əks etdirən (tədarük, tica-

rət, ictimai iaşə) və şəxsi istehlak sahəsində (istehlak təyinatlı əmtəələrə lazım olan təmir və texniki xidmətlər) mövcud olan xidmətlər daxil edilir.

Qeyri - istehsal təyinatlı (qeyri - maddi) xidmətlər də müxtəlifdir və onlarda iki hissəyə bölünür. Birinci qrup xidmətlər bilavasitə insan amili ilə bağlıdır. Buraya şəxsi istehlak təyinatlı xidmətlər (təhsil, səhiyyə, mədəniyyət, idman və s.) aiddir. İkinci qrup qeyri - istehsal xidmətləri isə cəmiyyətdə mövcud olan ictimai və dövlət strukturlarının (dövlət idarəetmə, ictimai nizam – intizamı təmin edən orqanların, müdafiə və ictimai təşkilatların xidmətləri) fəaliyyəti ilə bağlıdır.

Formasından və tərkib elementlərinin spesifik xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq xidmət sferası iqtisadiyyatın ən perspektivli və sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, istehsal mürəkkəbləşdikcə, istehsal vasitələri və xalq istehlakı malları bazarında məhsul bolluğu yarandıqca xidmət bazarına tələb də artır. Bazar iqtisadiyyatına yenicə qədəm qoymuş respublikamızda xidmət sferası inkişaf tempinə, yeni xidmət növlərinin təklif edilməsinə, habelə bazarın və istehlakçıların tələbinə tez uyğunlaşmasına görə istehsal sferasını üstələyir. Xidmətlə məşğul olan təşkilat və firmalar üçün ən vacib məqam göstərdikləri ayrı - ayrı xidmət növlərinin təbiəti və mahiyyətini başa düşmək və logistik idarəetmənin həyata keçirilməsində onların spesifik xüsusiyyətlərini nəzərə almaqdan ibarətdir.

Xidmət bazarı iki əsas səbəbə görə digər bazarlardan əsaslı surətdə fərqlənir:

1. *Xidmət onu göstərən ana qədər mövcud olmur.* Başqa sözlə, bu səbəb xidməti alana (və ya göstərənə) qədər onu müqayisə etməyə və ya qiymətləndirməyə imkan vermir. Burada yalnız gözlənilən (əldə olunacaq) səmərəni müqayisə etmək mümkündür.

2. *Xidmət olduqca yüksək qeyri – müəyyənlik səviyyəsinə malikdir.* Belə bir riskin mövcud olması bir tərəfdən müştəriləri – xidmət obyektlərini (alıcıları) xoşagəlməz vəziyyətə salır, digər tərəfdən isə satıcıların xidmət bazarına müxtəlif xidmət növlərinin çıxarılmasını – təklifini çətinləşdirir.

Xidmət bazarının bu xüsusiyyətləri və eləcə də xidmətin öz təbiəti (xidmətin istehsalı və istehlakı zaman və məkan baxımından üst – üstə düşdüyündən onları bir yerdən digər yerə göndərmək və onları ehtiyat formasında yığıb saxlamaq mümkün deyil) – logistik xidmətin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir.

Logistik vasitəçilər də daxil olmaqla logistik sistemin əksər iştirakçıları (müxtəlif nəqliyyat şirkətləri, topdan və pərakəndə satış ticarətini həyata keçirən şəbəkələr, distribyüterlər – şirkətləri və s.) mahiyyət baxımından xidmət müəssisələri hesab olunur və logistik dövrənin müxtəlif mərhələlərində məhsulların bazara çıxarılması, bölüşdürülməsi və satışı üzrə servis xidmətini həyata keçirirlər. Yəni, bu firmalar logistik servis xidmətinin obyektləri hesab edilir.

İstehsalçılara və alıcılara göstərilən logistik xidmətlər fasiləsiz olaraq ilbəl artır. Bu da bir sıra obyektiv səbəblərlə:

- müxtəlif ölkələrin hökumətlərinin qəbul etdiyi sosial proqramlar;
- rəqabət qabiliyyətli firmaların fəaliyyətinin son istehlakçıya yönəldilməsi;
- məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsi konsepsiyasının inkişafı;
- industrial xidmətin yüksəldilməsi və əmək qabiliyyətli əhəlinin burada mərkəzləşməsi və s. əlaqədardır.

Bütün sadalanan bu səbəblərlə yanaşı xidmət sferasında yeni fəaliyyət növlərinin əmələ gəlməsinə təsir göstərən başlıca amil elmi – texnikanın inkişafı və bu sahədə əldə

olunan nailiyyətlərin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində intensiv və ardıcıl tətbiqindən ibarətdir. Müasir iqtisadi şəraitdə istehsalın inkişafı maliyyə, informasiya, nəqliyyat və digər xidmət növlərindən istifadəyə əsaslanır. Belə xidmət növləri birbaşa və ya dolaylı formada tədarükat bazarına, potensial məhsulgöndərənlərin seçilməsinə, texniki cəhətdən mürəkkəb məhsulların alqı-satqısına, böldükdürmə kanallarının və satış şəbəkələrinin inkişaf etdirilməsinə, məhsulgöndərmələrin idarə edilməsinə və istehsalın zəruri material resursları ilə vaxtı – vaxtında təmin edilməsinin təşkilinə güclü təsir göstərir. Buna görə dünya ölkələri üzrə birbaşa xarici investisiyaların 40 % - dən çoxu məhz xidmət sferasına yönəldilib.

Logistik servis xidmətinin keyfiyyəti aşağıdakı:

- məhsulgöndərmələrin etibarlılığı;
- sifarişlərin alınması anından məhsul partiyasının göndərilməsi anına qədər sərf olunan ümumi vaxt;
- məhsulgöndərmə formalarının seçilməsi imkanları;
- sifarişlərin həyata keçirilməsi müddəti;
- logistik sistem daxilində ehtiyatların mövcudluğu;
- alıcıların ahəngdar maddi – texniki təminatı;
- istehlakçı tələbilə sifarişlərin yerinə yetirilməsi arasında maksimum uyğunluğun əldə edilməsi;
- istənilən vaxt logistik sistem daxilində sifarişlərin yerləşdirilməsi əlverişliliyi;
- sifarişlərin məhsulgöndərənlər tərəfindən qəbul edilməsi tezliyi;
- logistik xidmətin obyektiv qiymətləndirilməsi;
- logistik xidmətlərə çəkilən xərclərin həcmi və strukturu haqqında alıcıların müntəzəm məlumatlandırılması;
- məhsulların yüksək səviyyədə qablaşdırılmasının təmin edilməsi;
- paket və konteyner məhsul daşımalarının həyata keçirilməsi imkanları;

- logistik sistem daxilində müntəzəm alıcılara əmtəəlik kreditlərin və gizli güzəştlərin haqqı ödənilməyən xidmətlər formasında verilməsi imkanlarının mövcudluğu, habelə digər göstəricilərlə müəyyən edilir.

Rəqabət mübarizəsi ilə xarakterizə olunan bazar iqtisadiyyatı şəraitində bütün bərabər şərtlər daxilində ixtiyari məhsula tələbin səviyyəsi mövcud məhsulun istehlak xüsusiyyətlərilə yanaşı onların konkret alıcılara – istehlakçılara göndərilməsi şərtlərilə də müəyyən edilir. Məhsulgöndərmə şərtləri iqtisadi baxımdan olduqca geniş anlayışdır və hər şeydən əvvəl (məhsulların istisna keyfiyyəti istisna olmaqla) məhsulların nəql edilməsi və istehlakçılara təhvil verilməsi şərtlərini, quraşdırılması, sazlanması, xüsusi tələblərə müvafiq olaraq emal edilməsi, qiymət siyasəti, qiymət əlavələri və güzəştlərinin səviyyəsi, məhsulların dəyərinin ödənilməsi üçün konkret hesablaşma formasının tətbiqi, alıcılarda onların razılığı əsasında monitorinqin keçirilməsi, satışdan sonrakı xidmətin göstərilməsi, zəmanət və iradların verilməsi qaydası, təlimatlar və alıcı heyətinin öyrədilməsi və s. amilləri özündə birləşdirir.

İstehsalçılar (məhsulgöndərənlər) və ya alıcılar tərəfindən qeyd olunan bu şərtlərin ödənilməsi zamanı konkret tələbi ödənilən istehlakçı aldığı məhsulların dəyərini ödəməklə bərabər tədarükat bazarının müəyyənləşdirilməsi, potensial məhsulgöndərənlərin seçilməsi və onların optimal idarə edilməsi, nəqliyyat vasitələrinin seçilməsi və nəqliyyat parkından məqsədəuyğun istifadə olunması, logistik yük vahidlərinin konsolidasiya mərkəzlərində cəmləşdirilməsi, material resurslarının manevrliyinin artırılması üçün anbar, baza və terminalların coğrafi baxımdan əlverişli yerləşdirilməsi üzrə qərarların qəbul edilməsi, istehsalın optimal təşkili və s. geniş spektr və xarakterə malik logistik xidmətlərin göstərilməsinə böyük ehtiyac duyur.

Logistik idarəetmə çərçivəsində logistik xidmətin mahiyyətini və səviyyəsini düzgün başa düşmək üçün aşağıda

qeyd olunan işlərin yerinə yetirilməsi tələb olunur:

- istehsalçı müəssisənin (firmanın) faktiki və potensial məhsul alıcılarını təhlil etmək və onları logistik servis xidmətlərinə ehtiyacları nöqtəyi – nəzərdən qruplar üzrə bölüşdürmək;

- rəqib firmaların xidmət bazarına təklif etdiyi xidmət növlərinin təhlilini aparmaq;

- xidmət bazarının tələb etdiyi logistik servis xidmətlərinin reystrini tərtib etmək və onları vacibliyi baxımından rənglərə ayırmaq;

- tələb və təklifin səviyyəsinə uyğun olaraq logistik servis xidmətinin tələb olunan həcmi və səviyyəsini müəyyənləşdirmək;

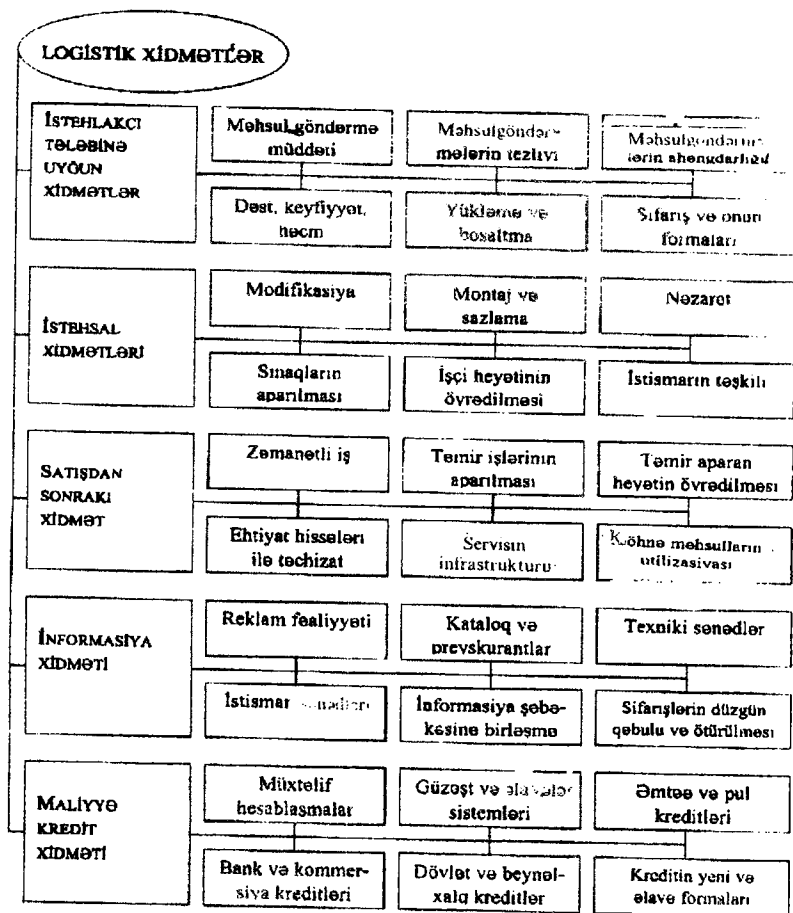
- logistik servis xidmətinin müəssisənin (firmanın) mənfəətinə və rəqabət qabiliyyətinə potensial təsirini qiymətləndirmək və s.

Müxtəlif növ logistik servis xidmətləri adətən aşağıdakı kimi təsnif edilir (şəkil 3.11).

İstehlakçılara göstərilən bütün xidmət növlərinin yerinə yetirilməsi müddətindən asılı olaraq üç mərhələyə bölmək olar:

- **satışdan əvvəl göstərilən xidmətlər.** Bu, logistik xidmətə tələbin formalaşdırılması üzrə yerinə yetirilən əməliyyatlardan ibarətdir.

- **məhsulların satışı prosesində icra edilən xidmətlər.** Bu növ xidmətlər ciddi qrafiklər üzrə material axınlarının əlverişli hərəkətini və istehlakçı sifarişləri əsasında material resurslarının son təyinat məntəqəsinə çatdırılmasını təmin edir. Bir qayda olaraq bura məhsul partiyalarının seçilməsi və dəstləşdirilməsi, məhsulların qablaşdırılması, markalaşdırılması, yük vahidlərinin formalaşdırılması; məhsulgöndərmələrin etibarlılığının təmin edilməsi üzrə işlər və s. daxil edilir.



Şəkil 3.11. Logistik servis xidmətinin təsnifatı

• *satışdan sonrakı xidmət*. Buraya əsasən zamanətli xidmət, ehtiyat hissələrlə təminat, istehlakçı iddialarına baxılması üzrə öhdəliklər, axınların geri – ilkin təyinat məntəqəsinə qaytarılmasının təmin edilməsi, məhsulların mübadiləsi və s. aid edilir.

Şəkil 3.11-də verilən xidmət növlərini bu üç mərhələyə müvafiq surətdə nəzərdən keçirək.

İstehlakçı tələbinə uyğun xidmət qeyd olunan üç mərhələnin hər birində yerinə yetirilən xidmət növlərini özündə birləşdirir. Bu zaman aşağıdakılar nəzərdə tutulur.

Hər istehlakçının eyniadlı sifariş xidmət bazarının ixtiyari subyekti tərəfindən müxtəlif müddətdə icra edilə bilər. Təbii ki, bütün bərabər şərtlər daxilində o firma özünün rəqiblərlə müqayisədə daha çox üstünlük və geniş bazar imkanlarına malikdir ki, istehlakçılardan daxil olan bu sifarişlərə vaxtında çevik və operativ reaksiya verir. Əksər hallarda xidmət bazarında mövqə uğrunda rəqabət aparan firmaların gözlənilməz və qısa zaman intervalında tez – tez təkrarlanan sifarişlərin ödənilməsinə hazır olmaları da böyük əhəmiyyət daşıyır.

Məhsul göndərmələrin etibarlılığı - potensial və faktiki alıcıların nöqtəyi – nəzərindən məhsulun ən mühüm keyfiyyət xarakteristikasıdır. Etibarlılıq mahiyyət etibarlı ilə kompleks anlayışdır. Məhsul göndərmələrin etibarlılığı dedikdə heç bir kənarlaşmalara yol vermədən məhsulların alıcılara müqavilədə göstərilən müddətdə, tələb olunan keyfiyyətdə və razılaşdırılmış həcmdə göndərilməsi nəzərdə tutulur. Başqa sözlə, burada söhbət istehsalçıların və ya məhsul göndərənlərin alıcılarla bağladığı müqavilələrin şərtlərinə uyğun olaraq məhsulların keyfiyyət və kəmiyyət kimi parametrlərinə riayət etməklə vaxtı – vaxtında və imtinasız göndərilməsindən gədir.

İstehlakçı tələbinin ödənilməsi üçün kimin - alıcı və ya məhsulgöndərən - məhsulların daşınması, ilkin və son təyinat məntəqəsində yüklənmə – boşaldılması ilə bağlı işlərin yerinə yetirilməsinə cavabdehlik məsuliyyəti daşması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Aydınır ki, yükləmə – boşaltma və nəql etmə işlərini yerinə yetirən, məhsulları istehlakçıların qapısına qədər çatdırılmasını həyata keçirən məhsulgöndərən firmalar bu logistik xidmətləri icra etməyən rəqib firmalarla müqayisədə kifayət qədər bazar üstünlüklərinə malikdir. Təbii ki, özlərinin fəaliyyət məqsədlərinə çevirilmiş belə xidmət növlərinin istehlakçılara göstərilməsi məhsulgöndərən firmalara əlavə maliyyə vəsaiti hesabına başa gəlir. Buna görə də firmanın ali menecerləri göstərilən xidmətə sərf edilən vəsaitin həcmi əlavə qəbul edilən sifarişlərin kəmiyyəti və bazar mövqeyinin itirilməsi nəticəsində firmanı gözləyən zərərlərin həcmilə müqayisə edirlər.

Nəhayət, əksər hallarda həlledici məqamlardan biri də sifarişlərin sadəlik dərəcəsi və qəbul edilməsi formasından ibarətdir. Belə ki, sifarişlərin inkişaf etmiş telekommunikasiya vasitələri (telefon, faks) və ya informasiya texnologiyaları (internet, telemaqazın) vasitəsilə qəbul edilməsi alıcı dairəsinin genişlənməsi üçün bir növ stimullaşdırıcı rol oynayır. Məsələn, məhsulların mağaza - salonlarda (bunun üçün texniki imkan varsa) nümunələr əsasında satılması istehlakçı tələbinin ödənilməsinə yönəldilmiş müəyyən logistik servis xidməti hesab etmək olar.

Beləliklə, istehlakçı tələbinə uyğun xidmət: zaman, tezlik; məhsulgöndərmələrin keyfiyyəti; alıcıları kompleks təmin etmək və ya ona hazırlıq dərəcəsi; yükləmə – boşaltma işlərinin aparılması və sifariş metodları kimi göstəricilərlə müəyyən edilir və digər xidmət növlərindən fərqli olaraq firmanın bütün struktur bölmələri üçün ümumi hesab edilir.

İstehsala xidmət bir sıra tərkib elementlərindən: yeni məhsulun yaradılması; texnoloji avadanlıqların quraşdırıl-

ması və sazlanması, istehsal proseslərinə operativ nəzarət, sınaqların keçirilməsi; işçi heyətinin öyrədilməsi, istismarın təşkili və sairədən ibarətdir.

Yeni məhsul - öz texniki iqtisadi və sosial parametrlərinə (göstəricilərinə) görə yaxşılaşdırılmış (prinsip etibarı ilə yeni istehlak xassələrinə malik olan) elmi tədqiqat, təcrübə konstruktor və layihə işləri əsasında yaradılmış məhsuldur. Bu zaman analoji məhsulla müqayisədə formasında, məzmununda, yaxud da qablaşdırılmasında alıcı üçün əhəmiyyətli olan ciddi dəyişikliklər - yeniliklər nəzərdə tutulur. Bu yenilikləri:

a) əvvəllər bazara çıxarılmamış, yeni əmtəə növü;

b) bazarda məlum olan əmtəənin tərkibinə (qurluşuna) yeni komponentin əlavə edilməsi kimi iki qrupa bölmək olar.

Yeni məhsulun yaradılması olduqca mürəkkəb və çətin olduğundan bunun üçün elmi tədqiqat işləri aparılmalı, yeni məhsulu hazırlayanlar bu işə yaradıcı yanaşmalıdırlar. Ümumiyyətlə yeni məhsulun yaradılması bir neçə: təklifin axtarılması, ən yaxşı ideyanın seçilməsi; satış imkanlarının iqtisadi təhlili; məhsulun layihələşdirilməsi; sınaq istehsalının və məhsul satışının təşkili; yeni məhsulun bazar tərəfindən mənimsənilməsi kimi mərhələlərdən ibarətdir.

Elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin istehsala intensiv tətbiqi və bu əsasda yeni məhsulların bazarda təşəkkül tapması istehlakçı zövqündə yeni keyfiyyət dəyişikliklərinin yaranmasına gətirib çıxarır. Buna görə də istehlakçılar və ya istehlakçı qrupu daima yeni və ya təkmilləşdirilmiş (modifikasiya edilmiş) məhsullar tələb edir. Belə bir halın yaranması yeni məhsulun işlənilməsi üçün hazırlanması və istehsalını zəruriyyətə çevirir. Hər bir istehsalçı firma və ya müəssisə özünün texniki - iqtisadi imkanlarını, bazarda rəqabətin mövcud səviyyəsini nəzərə almaq və yeni məhsulların satış imkanlarını analitik qiymətləndirməklə istehlakçı zövqünü oxşayan məhsulların istehsalı üçün konkret proq-

ram və ya strategiyaya malik olmalıdır. Lakin onu da nəzərə almaq lazımdır ki, yeni məhsulun yaradılması istehsalçıların riski hesabına başa gəlir. Aparılan marketing tədqiqatları nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, yeni xalq istehlakı mallarının 40 % - i, istehsal – texniki təyinatlı məhsulların 20 % - i, xidmətlərin isə 18 % - i bu və ya digər səbəbdən özünə konkret alıcı tapa bilmir. Buna görə də istehsalçı müəssisə (və ya firma) qarşısında:

- yeni məhsulun yaradılması və istehsalının zəruriliyi;
- yeniliklərin bazar tərəfindən müsbət qarşılınması kimi iki əsas vəzifə durur.

Odur ki, vəziyyətdən çıxış kimi istehsalçı müəssisələr praktiki olaraq «ekspert qiymətləndirməsi» - Pareto metodundan geniş istifadə edirlər. Pareto metoduna görə qiymətləndirmə göstəricilərinə əsasən aşağıdakılar daxil edilir:

- yeni məhsulun ümumi xarakteristikası və istehlak xüsusiyyətləri;
- potensial mənfəət;
- mövcud və potensial rəqabət;
- bazarın ölçüləri və riskin dərəcəsi;
- investisiyanın səviyyəsi və patentləşdirmə imkanları;
- əmək və material resurslarının ödənilmə imkanları və müddəti;
- məhsulların həyat dövrünün potensial müddəti;
- məhsulun rəqabət qabiliyyətliliyi ilə istehsal imkanları;
- mövcud avadanlıqlardan istifadə səviyyəsi və onların modernləşdirilməsi imkanları;
- kadrların yenidən hazırlanması zəruriliyi;
- müəssisədə struktur islahatlarının aparılması labüdlüyü;
- yeni texnika və ya texnoloji avadanlıqlara tələb və

onları əldə edilməsi forması.

Deməli, yeni məhsulların hazırlanmasında bir tərəfdən istifadə olunan köhnə avadanlıqların istismar xüsusiyyətləri, onun yeniləşdirilməsi imkanları və bunun üçün çəkilən xərclər təhlil edilməli, digər tərəfdən isə yeni avadanlıqların əldə edilməsi, quraşdırılması, sazlanması, işçi heyətinin öyrədilməsinə sərf olunan məsrəflər, habelə köhnə avadanlığın məhsul üzərinə keçməyən - itirilən dəyərinin kəmiyyəti nəzərə alınmalıdır. Bu zaman tətbiq ediləcək yeni texnika və ya texnoloji avadanlıqların iqtisadi səmərəlilik məsələsinə xüsusi diqqət yetirmək lazım gəlir. Yeni texnikanın iqtisadi səmərəliliyi əsaslı vəsait qoyuluşunun iqtisadi səmərəliliyinin hesablanması metodikası ilə, yəni, yeni texnikanın əldə edilməsi, quraşdırılması və sazlanmasına çəkilən məsrəfləri onun tətbiqindən əldə edilən səmərə ilə müqayisə etməklə müəyyən olunur. Əsaslı vəsait qoyuluşunda olduğu kimi yeni texnikanın mütləq (ümumi) və müqayisəli səmərəliliyi fərqləndirilir. Mütləq səmərəlilik – yeni texnikanın tətbiqi nəticəsində əldə edilən səmərənin həmin texnikanın alınması və quraşdırılmasına çəkilən xərclərə olan nisbət ilə müəyyən edilir. Müqayisəli səmərəlilik isə yeni texnikanın mövcud variantlardan optimalının seçilməsi üçün istifadə edilir.

İstehsal xidməti və ya *istehsal təyinatlı servis xidmətinin* təşkili də (avadanlıqların quraşdırılması və sazlanması, onların ehtiyat hissələri ilə təmin edilməsi) böyük əhəmiyyət kəsb edir. İstehsal sferasında az xərclə daha çox və yüksək keyfiyyətli məhsulun hazırlanması, onun maya dəyərinin aşağı salınması və ümumiyyətlə ictimai istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün texnoloji əməliyyatların optimal təşkili və əsas istehsal fondlarının təkmilləşdirilməsilə bərabər maşın və avadanlıqların işlək vəziyyətdə olması, əsas iş yerlərinin sex və istehsal sahələrinin zəruri material resursları ilə təmin olunması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu isə əsas iş yerləri və ya sahələrində istehsalat xidmətinin tələb olunan səviyyədə təşkil edilməsindən bir-

baş aşıdır. Belə bir xidmətin həyata keçirilməsi üçün adətən köməkçi və xidmətedici sex təsərrüfatı yaradılır ki, onların əsas vəzifəsi texnoloji avadanlıqları vaxtı – vaxtında təmir etməkdən, bu avadanlıqları lazımi ehtiyat hissələrlə təmin etməkdən, yeni texnoloji avadanlıqları quraşdırmaq və sazlamaqdan, istehsal prosesinin gedişində baş verən boş dayanmaları aradan qaldırmaqdan ibarətdir.

İstehsal müəssisələrində bu məqsədlə yaradılan köməkçi və xidmətedici təsərrüfatların sayı, tərkibi və quruluşu istehsalın təşkili formasından, tipindən, üsulundan və miqyasından asılıdır. Sadalanan bu amillər içərisində istehsalın təşkili tipi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Çünki, istehsalın təşkili tipindən asılı olaraq istehsala xidmətin bu və ya digər forması seçilir və istifadə edilir. Məsələn, istehsal kütləvi xarakter daşıyarsa, onda xidmət sisteminin ciddi formada nizamlanan cədvəl – qrafiklər əsasında həyata keçirilməsi daha məqsəduyğundur. İstehsala xidmətin bu forması onun material resursları ilə təmin edilməsi, modellərin və texnoloji avadanlıqların dəyişdirilməsi və bərpası, texnoloji maşın və mexanizmlərin təmiri və modernləşdirilməsi üçün xüsusilə vacibdir.

Seriyalı istehsal şəraitində istehsal xidməti adətən, operativ – istehsal tapşırıqları əsasında təşkil edilir. Bu da öz növbəsində yeni hazırlanan məmulatın istehsal tsiklini daha dəqiq müəyyənləşdirməyə şərait yaradır.

Fərdi istehsal şəraitində isə istehsala xidmətin təşkilində istehsal yerləri və sahələrinin növbə – günlük tapşırıqları, verilmiş sifarişlərin və bağlanmış müqavilələrin yerinə yetirilmə müddətləri əsas götürülür.

Sınaqlar əsasən yeni məhsulun istehsalı və satışı zamanı aparılır. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu iki sınaq növü bir – birilə sıx əlaqəlidir və birində əldə edilən ixtiyari nəticə digərinə əsaslı formada təsir göstərir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində bütün istehsalçıların təsərrüfat fəaliyyətləri məhz bazar – istehlakçı tələbi üzərində qurulduğundan onlar ba-

zara yeni məhsul (və ya modifikasiya edilmiş məhsul) təklif etdikdə ilk növbədə sınaq məhsul istehsal edib onun sınaq satışını təşkil edirlər. Sınaq satışını analitik təhlili bilavasitə kütləvi istehsal üçün qərarların hazırlanması forması hesab edilir. Bu zaman yol verilən texniki – iqtisadi xətalara, habelə məhsulda aşkar edilən çatışmazlıqları sonradan düzəltmək olduqca çətindir və firma üçün heç bir bazar üstünlüyü vəd etmir. Odur ki, sınaq satışını çox zaman sınaq marketingi də adlandırırlar. Belə marketing sınaqlarının əsas məqsədi sınaq satışı üzrə smetanın tərtibi; məhsulun sınaq satışı qrafikinə tərtibi; yeni məhsulun marketing tədqiqi; məqsəd bazarının bir neçə segmentində qoyulmuş qiymətlə satışını təşkili; potensial alıcıların yeni məhsullara münasibətinin müəyyənləşdirilməsi; mümkün satış və potensial mənfəətin həcmi aşkar edilməsi; yeni məhsulun hazırlanması texnologiyasının bazar çevikliyi; səmərəli marketing tədbirləri; məhsulun keyfiyyətinin yoxlanılması; sınaq satışının analitik nəticələrinin qiymətləndirilməsi; kütləvi istehsal üçün qərarların verilməsi və s. ibarətdir. Adətən iri müəssisələr (firmalar, şirkətlər) özlərinin praktik təcrübəsinə əsaslanaraq yeni məhsulun marketing sınağının keçirilməsi üçün konkret bazarı və onun segmentini daha yaxşı seçə bilirlər.

Sınaq məhsulun hazırlanması üçün istehsal texnoloji cəhətdən hazır olmalıdır. İstehsalın texnoloji hazırlığı dedikdə yeni məhsulun hazırlanması prosesində əmək bölgüsünün səmərəli formasının seçilməsi başa düşülür. Ona görə də istehsalın texnoloji hazırlığı bir növ onun texniki hazırlığının davamı hesab edilir. Belə ki, istehsalın texniki hazırlığı zamanı yeni məhsulun texniki sənədləri işlənilib hazırlanmış halda, onun texnoloji hazırlığı prosesində həmin məhsulun hazırlanması üsulu müəyyənləşdirilir. Daha doğrusu, tətbiq ediləcək maşın və avadanlıq növlərinin, texnoloji alət və tərtibatların, səmərəli texnoloji variantların seçilməsi həyata keçirilir. Deməli, sadalanan bu seçim növ-

lərinin düzgünlüyünün yoxlanılması üçün də sınaq istehsalının təşkili labüddür.

İstehsal xidmətinin mühüm elementlərindən biri də ***istehsal prosesinin operativ tənzimlənməsidir***. İstehsal proseslərinin operativ tənzimlənməsi maddi – istehsal sahələrinin mütəşəkkil qaydada fəaliyyət göstərməsinin mühüm şərtlərindən biridir. Burada əsas məqsəd texnoloji proseslərin müəyyən edilmiş norma və normativlərdən kənarlaşma hallarının aradan qaldırılması üçün zəruri texniki – təşkilati tədbirlərin işlənilib hazırlanmasından ibarətdir. İstehsalın bir proses olaraq operativ tənzimlənməsi onun aparılması, icrası zamanı meydana çıxan və gözlənilən qüsurların operativ həllinə imkan verir. Burada istehsalın gedişatına bilavasitə rəhbərliyin həyata keçirilməsi, plan – dispetçer və mərkəzi dispetçer məntəqələrinin fəaliyyətinin düzgün təşkili mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Dispetçerləşdirmə – yüksək texniki iqtisadi göstəricilər əldə etmək, iş qrafikləri və istehsal proqramını yerinə yetirmək üçün firma və ya müəssisənin ayrı – ayrı bölmələri arasında, yaxud da bir neçə müəssisə arasında birgə fəaliyyətin təmin edilməsi məqsədilə istehsal proseslərinin idarə olunmasının mərkəzləşdirilmiş sistemidir. Dispetçerləşdirmədə əsas diqqət istehsal yerləri və ya sahələrinin material resursları ilə normal təminatına, istehsal proseslərinin fasiləsiz və ahəngdar iş rejiminə yönəldilir. İstehsal prosesinin operativ tənzimlənməsi texnoloji intizama riayət olunmasının mühüm şərtidir. Texnoloji intizam dedikdə, istehsal prosesində məhsul hazırlanması texnologiyasının tələblərinə ciddi və dəqiq əməl olunması başa düşülür. Bu tələblər texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi ardıcılığını müəyyən edən xəritələrdə və ya digər texnoloji sənədlərdə olur. Yüksək texnoloji intizam - yüksək keyfiyyətli məhsul buraxılmasına və xidmət göstərilməsinə şərait yaradan başlıca faktordur.

Texnoloji intizamın gözlənilməsi yeni istehsal avadanlıqları və texnologiyaların tez mənimsənilməsinə, iş vaxtın-

dan və avadanlıqlardan yaxşı istifadə olunmasına, zay məhsulun həcmnin azaldılmasına imkan verir. Texnoloji intizama əməl olunmasında istehsala texniki nəzarət xidmətinin operativ təşkili, avadanlıqların vəziyyətinə daim nəzarət edilməsi mühüm rol oynayır. Göründüyü kimi istehsala operativ nəzarət istehsal xidmətinin bir elementdirsə, digər tərəfdən operativ nəzarətin ayrılmaz hissəsi olan texnoloji intizama riayət edilməsi üçün də istehsala texniki nəzarət xidmətinin göstərilməsi tələb olunur. Deməli, istehsal xidməti əsasən texniki xidmətdən ibarətdir.

İstehsal xidmətinin əhəmiyyətli elementlərindən biri əməyin elmi təşkili, daha doğrusu, kadrların hazırlanması - ***işçi heyətinin öyrədilməsidir***.

Cəmiyyətin inkişafının hər bir mərhələsində peşə və ixtisasın məzmununu mövcud texniki inkişafın səviyyəsi və istehsal münasibətlərinin xarakteri ilə müəyyən edilir. Konkret istehsal sahələrində bu sahənin spesifik xüsusiyyətlərindən irəli gələn normativ tələbləri bilən və istehsal vərdişlərinə malik işçi kateqoriyasının çalışması bazar iqtisadiyyatının əsas tələbidir. Elm və texnikanın yeni nailiyyətlərinin istehsala intensiv tətbiqi istehsal sahələrində işçi heyətinin peşə hazırlığı və ixtisas səviyyəsinin artırılması sahəsində mövcud vəziyyətə də təsir göstərir. Daha doğrusu, işçi heyəti yeni şəraitdə müasir maşın və mexanizmlərlə, dəzgah və avadanlıqlarla rəftar etməyi bacarmalı, onların iş rejimini, habelə istifadə olunan materialların fiziki – kimyəvi xüsusiyyətlərini mükəmməl bilməli və cəld işləmək üsuluna yiyələnmək üçün müəyyən əmək vərdişlərinə malik olmalıdır. Bununla əlaqədar olaraq dar peşə ilə yanaşı fəhlənin bütövlükdə həmin istehsal və iş haqqında ümumi anlayışının olması zəruridir. Çünki, xüsusi bilik və vərdişdən əlavə fəhlənin dəzgahla işləmək üçün ümumi texniki biliyə, qabiliyyətə və bacarığa malik olması maşınların ümumi quruluşu, onların iş cizgiləri, emal edilən materialların və istifadə olunan maşınların hərəkətə gətirilməsi, istehsalın təşkili və

əməyin mühafizəsi haqqında ilkin məlumatlara biliklərə yiyələnmələrinə imkan verir. Belə olduqda ümumi peşə və ümumi əmək mədəniyyəti inkişaf edir, fəhlə texnika və texnologiyanın yeni dəyişilmiş şəraitinə nisbətən asanlıqla uyğunlaşır, müasir təkmilləşdirmənin mənasını asanlıqla dərk edir və ona yiyələnmə bilir. Bu isə yalnız kadrların yəndən hazırlanması – işçi heyətinin öyrədilməsi yolu ilə həll edilir. Kadrların hazırlıq səviyyəsi əhalinin ümumi savadlılıq səviyyəsindən asılıdır.

Müasir iqtisadi şəraitdə ictimai istehsalda fəhlələrlə yanaşı mütəxəssislərində fəal iştirakı zəruridir. Mürəkkəb maşın və mexanizmləri yaratmaq, tətbiq etmək və istehsala texniki xidmət göstərmək sahəsində mühəndis – texnik işçilər mühüm rol oynadıqlarından onların da hazırlanması və ixtisasının artırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Ümumiyyətlə, işçi heyətinin öyrədilməsi həm məhsul-göndərənlər, həm də istehsalçı firmanın özləri tərəfindən həyata keçirilir.

Bu sahədə başlıca vəzifə:

- işçilərin mədəni və texniki səviyyəsi arasında uyğunluğu təmin etməklə mürəkkəb maşın və mexanizmləri idarə edə bilən kadrları hazırlamaq;

- bir neçə maşın və avadanlıqlara xidmət edən geniş profilli kadrları hazırlamaq;

- texniki tərəqqilə əlaqədar olaraq kadrların hazırlanması və ixtisasının artırılmasını ardıcıl həyata keçirmək;

- peşə hazırlığını həyata keçirən müəssisələrdə ixtisaslı kadr hazırlığının keyfiyyətini yüksəltmək və onların peşə hazırlığının səmərəsini artırmaqdan ibarətdir.

Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, hazırlıqlı işçi heyətinin olmaması istehsalçılarla (məhsul-göndərənlər) alıcılar arasından iqtisadi münasibətlərin pozulması, istehlakçı sferasının məhdudlaş-

dırılması və yeni məhsulların tətbiq imkanlarının minimumlaşdırılmasına gətirib çıxarır.

Satışdan sonrakı servis xidməti mövcud iqtisadi şəraitdə məhsulların nəzərdə tutulan (və ya baxılan) bütün həyat dövrünü boyu səmərəli fəaliyyətini təmin etmək üçün təklif edilən xidmətlər məcmusudur və özünə bir sıra komponentləri birləşdirir. Buraya hər şeydən əvvəl zəmanətli xidmət aid edilir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, satışdan sonrakı servis xidməti olduqca geniş anlayışdır. Belə ki, bu istehsal yerlərində fəaliyyət göstərən texnoloji avadanlıqların zəruri ehtiyat hissələri ilə bu və ya digər formada təmin edilməsinin təşkili, təmir işlərini aparan işçi personalının əmək hazırlığının yüksəldilməsi üçün onların ixtisas səviyyələrinin artırılması, ehtiyac yarandıqda bu işləri istehsalçı firma və ya müəssisənin xüsusi vəsaiti və işçi qüvvəsi hesabına yerinə yetirməkdən ibarətdir. Satışdan sonrakı logistik xidmət xidmət göstərəninin istər vaxt, istərsə də maliyyə imkanından asılı olmayaraq və ya təsadüfdən təsadüfə aparılmamalı, bu bir növ sistemə və təşkilatı xarakter daşmalıdır. Bu məqsədlə satışdan sonrakı xidmət üçün infrastruktur yaradılmalıdır. Odur ki, məhsulların (xüsusilə uzunmüddətli istifadə olunan məhsullar üçün) istismar müddəti ərzində modifikasiyasının praktiki olaraq aparılması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Məhsulların modifikasiyasının həyata keçirilməsinə zəruriyyət hər şeydən əvvəl bir tərəfdən texniki tərəqqi və analogi, lakin bir sıra yeni istismar imkanlarına malik məhsulların bazara çıxarılması, digər tərəfdən isə istehlakçılarda bu tip məhsullara qarşı yeni tələblərin əmələ gəlməsilə əlaqədar yarana bilər. Belə modifikasiyaya xarakterik nümunə kimi kompyüter qurğularının fasiləsiz yenilənməsi, onlarda mövcud blokların əvəz edilməsi və bu blokların yeni qurğuların tərkibinə daxil edilməsi, eləcə də proqram təminatının inkişafı və yenilənməsini göstərmək olar. Bu zaman modifikasiyanın həyata keçirilməsi nəticəsində mənəvi cəhətdən köhnə hesab edilən (xüsusilə də bahalı)

məhsulların utilizasiyasının təşkil edilməsi də böyük əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, bu sıra avtomobil firmaları özlərinin yeni avtomobillərini bazara çıxaran zaman alqı - satqı vaxtı satış qiymətində bu firmanın əvvəllər istehsal etdiyi köhnə avtomobillərin alıcılardan qəbul edilməsi üçün konkret məbləği də nəzərə alırlar.

Ümumiyyətlə, satışdan sonrakı servis xidməti məhsulların həm satışından əvvəl, həm də sonra həyata keçirilir və özünə yerinə yetirilməsi zəruri hesab edilən aşağıdakı:

- məhsulların layihələşdirilməsi mərhələsində istehlakçılarla birlikdə satışdan sonrakı servis xidmətinə qoyulan əsas tələbləri müəyyənləşdirmək;
- məhsul satışından sonra istehlakçılara göstərilən xidmət növünü müəyyənləşdirmək;
- məhsulların göndərilməsi şərtlərini müzakirə edən zaman satışdan sonra onlara xidmət qaydalarını təyin etmək;
- istimar və təmir işlərinin aparılması üçün kadr heyətini hazırlamaq;
- müvafiq texniki sənədləri hazırlamaq və kataloq formasında dərc etdirmək;
- satışdan sonrakı xidmətin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan ehtiyat hissələri və alətlərlə iş yerləri və ya sahələrinin təchizatını təşkil etmək;
- məhsul satışından sonrakı xidməti idarə etmək;
- satışdan sonrakı xidmətin göstərilməsi üçün lazımı infrastrukturunu yaratmaq və onu hazırlamaq;
- köhnə məhsulları modifikasiya əsasında yeniləri ilə əvəzləmək və köhnə məhsulların utilizasiyası üçün konkret mexanizm və ya sistem işləyib hazırlamaq kimi tədbirləri birləşdirir.

İnformasiya xidməti potensial istehlakçılara firmanın məhsulları və göstərə biləcəyi xidmətlər, eləcə də istifadə olunan kommunikasiya və informasiya vasitələri və metodları haqqında təqdim edilən informasiyaların həcmi və

müxtəlifliyi ilə təyin edilir.

Logistik sistemin iştirakılarının logistik informasiya xidmətlərindən istifadə etməsində ənənəvi reklam fəaliyyəti, onun inkişaf səviyyəsi və firmanın mənfəətinin artırılmasında rolunu (gəlirlik dərəcəsi) xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Bunun üçün potensial alıcıları təklif edilən məhsulların imkanları, rəşional tətbiq sferası və göndərilməsi şərtləri haqqında kifayət qədər məlumatlandırmaq məqsədilə tələb olunan tirajda məzmunlu kataloq, prospekt, bülleten və preyskurantlar buraxılmalıdır. Bu kataloq, prospekt və preyskurantlardan istifadə edən istehlakçılar konkret məhsullarla yanaşı eyni zamanda bu məhsulların istismar xüsusiyyətlərinə aid müvafiq texniki sənədlərlə təmin edilir. Daha doğrusu, məhsullar onlara dair konkret sənədlərlə dəstəhləşdirilir. Bu tip sənədlər alınan xammal, material, yarıfabrikat və dəstəhləşdirici məmullatların saxlanması, texnoloji proseslərin tələblərinə uyğun istehsal istehlakına hazırlanması, texnoloji əməliyyatların ardıcılığının müəyyənləşdirilməsi, istimar zamanı tələb olunan şərtlərə əməl edilməsi, son - hazır məhsulun tələb olunan standartlara uyğunluğunun təmin edilməsi və s. üçün vacibdir. Bütün bu qeyd olunanlarla bərabər potensial alıcılar bir tərəfdən vaxtı - vaxtında mövcud məmullatın qəbulu və onun istismar keyfiyyətinə nəzarət qaydaları haqqında informasiyalara, digər tərəfdən isə bu məmullat əsasında istehsal olunan hazır məhsulların istehlakçılara təhvil verilməsi proseduru və təklif edilən zəmanət barədə məlumatla malik olmalıdırlar. Nəhayət, təsərrüfat əlaqələrinin mürəkkəbləşməsi ilə xarakterizə olunan müasir iqtisadi şəraitdə informasiya xidmətinin göstərilməsi üçün qabaqcıl, xüsusilə məhsulların «telemaqazın» vasitəsilə satışına imkan verən texniki kommunikasiya vasitələrindən və İnternet tipli beynəlxalq kompyüter şəbəkələrindən istifadə getdikcə intensiv xarakter alır.

Maliyyə - kredit xidməti məhsul alıcılarına müxtəlif variantda (faktiki alınmış məhsullara görə onun dəyərinin

ödənilməsi, alqı - satqı müqaviləsi bağlanan anda mövcud qiymətlər üzrə fyuçers formasında ödəmə, müxtəlif güzəşt və əlavələrin tətbiqilə ödəmə, eləcə də kredit və ya lizinq formasında ödəmə, çek və ya veksellərdən istifadə) hesablaşma formalarının təklif edilməsindən ibarətdir.

Alınmış və ya göstərilmiş xidmətlərin haqqı kassa vasitəsilə nəgd qaydada və ya müvafiq bank hesabının köməyilə qeyri - nəgd formada da həyata keçirilir. Hesablaşmanın qeyri - nəgd formasıda müxtəlifdir. Alınmış məhsulların dəyərini ödənilməsi üçün alıcı ona xidmət göstərən bankda açdığı cari hesablaşma və valyuta hesabının köməyilə tələb olunan məbləği məhsul satıcılarının cari hesablaşma və ya valyuta hesabına köçürür. Bunun üçün qarşılıqlı klirinq zaçot hesablaşmaları, veksəl və çeklərin tətbiqi ilə müxtəlif banklar arasında müxbir hesablarından istifadə edilir. Bir çox hallarda məhsullar alıcılara onların tədiyyə intizamı, tələbin ödənilməsi tezliyi, əməkdaşlığın uzunmüddətliyi, istehsalın və ya satışın kooperasiya xarakteri nəzərə alınaraq haqqı ödənilmədən satılır. Belə hallarda istehlakçılar məhsulların dəyərini müqavilədə razılaşdırılmış müddətdə ödəməli və ya əks tədqirdə satıcılar göndərilmiş, lakin haqqı ödənilməmiş məhsullar üzrə hesablaşmanı həyata keçirmək üçün alıcıya xidmət göstərən banka tədiyyə tələbnaməsi təqdim edir. Belə tədiyyələrin alıcı tərəfindən qəbul edilməsi hər iki tərəfin müqavilə şərtlərinə nəzarət edilməsinə şərat yaradır. (Bu və ya digər hesablaşma formasının tətbiq xüsusiyyətləri «tədarükat logistikası» fəslində geniş izah edilmişdir).

Məhsulların satışı zamanı maliyyə xidməti müxtəlif *güzəşt və əlavələrin* tətbiq edilməsini özündə ehtiva edir.

Logistik sistemin məhsuldarlığı hər şeydən əvvəl əmək vasitələri və əmək predmetlərini istehlakçılara tələb olunan vaxt ərzində çatdırmaqdan ibarətdir. Bu prosesin təşkili təbii ki, logistik sistemin iştirakçıları üçün müəyyən xərclər hesabına başa gəlir. Həmin xərclərin ödənilməsi məqsədilə

tədarükat (təchizat) və satış üzrə əlavə və güzəştlər müəyyənləşdirilir. Belə ki, topdan və pərakəndəsə satış strukturlarının tədavül xərclərinin ödənilməsi və onlar üçün normal mənfəətin yaradılmasının yeganə mənbəyi bu güzəştlər və əlavələrdən ibarətdir.

Tədarükat və satışı həyata keçirən vasitəçi strukturların gəliri istehsal – texniki təyinatlı və xalq istehlakı mallarının realizasiyasından əldə edilən gəlirdən və qeyri – realizasiya gəlirlərindən ibarətdir. Onların gəlirlərinin əsas mənbəyi əmtəələrin anbarlardan realizasiyası üçün istehlakçılardan tutulan əlavədən, hesablaşmada iştirak etməklə (bəzi hallarda iştirak etməməklə də) tranzit realizasiya üçün məhsul göndərənlər tərəfindən verilən (bəzi hallarda istehlakçılardan alınan tranzit əlavəsindən) güzəştlərdən ibarətdir. Gəlirin digər mənbələrinə məhsulların istehsal – istehlakına hazırlanması xidməti üçün alınan haqq, təminatlı kompleks təchizat xidməti üçün rüsum, artıq və istifadə edilməyən məhsulların realizasiyası üçün komission haqq, avadanlıq və cihazların icarə (lizinq və ya kirayə – birouza) haqqı, franko - vaqon – təyinat stansiyası qiyməti qoyulmuş məhsulların satışı üzrə nəqliyyat xərclərinin ödənilməsi üçün daxil olmuş vəsaitlər aiddir.

Deməli, məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə müvafiq olaraq bölgü kanallarının bir sıra iştirakçıları alıcılara məhsulları öz anbarlarından reallaşdırırlar. Əsas gəlir mənbəyi anbar realizasiya forması olduğu halda hesablaşmalarda iştirak etməməklə tranzit əmtəə dövriyyəsindən gəlir əldə edilmir, baxmayaraq ki, tranzit əmtəə dövriyyəsi ümumi əmtəə dövriyyəsinin yarından çoxunu təşkil edir və vasitəçi strukturlar bu təchizat forması ilə məhsul göndərmələrin təşkili və gedişinə xeyli az xərc çəkirlər. Vasitəçilik missiyasını yerinə yetirən bu strukturların gəlirləri qiymətdə iki formada - qaydada əks olunur. Həmin qaydalardan biri yüksək topdansatış qiymətilə alıcılardan qiymətlərə əlavələr formasında, ikincisi isə topdansatış qiymətlərindən güzəştlər

qaydasında əldə edilən gəlirdən ibarətdir. Məhsullar alıcılara pərakəndəsətiş qiymətlərilə satıldıqda vasitəçi strukturlar öz xərclərini ödəmək üçün məhsulgöndərənlərdən alınan ticarət güzəştlərinin bir qismini özündə saxlayırlar. Bu kimi güzəştlər və əlavələr də material resurslarının məhsulgöndərənlərdən istehlakçılara hərəkətinin səmərəli təşkili üçün müəyyənləşdirilir.

Logistik missiyanı yerinə yetirən vasitəçi strukturlarda əlavə və güzəştlərin hesablanması ilkin bazası istehsal prosesinin davamı kimi tədavül sferasında material axınlarının təşkilinə çəkilən xərclərin həcmidir. Təcrübədə həmin güzəşt və əlavələri müəyyən etmək üçün əvvəlcə tədavül xərclərinin özünün səviyyəsinin hesablanması lazım gəlir. Hesablama tədavül xərclərinin ümumi əmtəə dövriyyəsinə faizlə nisbəti və yaxud da satışa çıxarılan məhsulun hər manatına qəpik hesabı ilə aparılır. Başqa sözlə, əlavə və güzəştlərin səviyyəsi elə müəyyənləşdirilir ki, o vasitəçi strukturların malyeridilişinə çəkdiqləri tədavül xərclərini ödəməklə bərabər minimum səviyyədə kreditdən istifadəyə görə bank faizlərinin ödənilməsi və iqtisadi stimullaşdırma fondlarının yaradılması üçün mənfəət əldə etməyə imkan versin.

Məhsulların topdansətiş ticarətini həyata keçirən vasitəçi strukturlar məhsulları anbardan realizə etdikdə anbar əlavəsi alırlar. Məhsulların hesablaşmada iştirak etməklə (bəzi hallarda hesablaşmada iştirak etməməklə) tranzit realizasiyası üçün məhsulgöndərənlər tərəfindən vasitəçi strukturlara topdansətiş qiymətlərindən güzəşt verilir. Əgər vasitəçi strukturlar özlərinin anbar və bazalarına daxil olmuş, lakin boşaldılmamış məhsulu birbaşa istehlakçı firma və müəssisənin ünvanına göndərməklə satırsa onda istehlakçılardan anbar əlavəsi alınmır. Bu zaman vasitəçi strukturlar istehlakçılardan həm məhsulların çatdırılması üzrə faktiki nəqliyyat xərclərini, həm də mövcud tranzit güzəştləri səviyyəsində əlavə alır. Bütün hallarda nəqliyyat xərcləri və tranzit güzəştləri səviyyəsində tutulan əlavə anbar əlavə-

sindən artıq olmur.

Maddi vəsaitlər istehlakçılara pərakəndə satış qiymətilə satıldıqda isə ticarət güzəştlərinin bir hissəsi vasitəçi strukturların xeyrinə tutulur. Pərakəndəsətiş qiyməti ilə satılan məhsullar üzrə ticarət güzəştinin bu hissəsi topdansətiş vasitəçilərinin tətbiq etdiyi anbar əlavəsi və ya tranzit güzəşti (əlavəsi) əsasında müəyyən edilir və o, ticarət güzəştdən heç vaxt yüksək olmur.

Pərakəndəticarətlə məşğul olan vasitəçi strukturlarda ticarət güzəştlərinin tətbiqi pərakəndə qiymətlərin tərkib hissəsi olmaqla bu ticarət şəbəkələrinin normal təsərrüfatçılıq fəaliyyətinin təmin edilməsi tələblərindən irəli gəlir və pərakəndəsətiş qiyməti ilə sənayenin topdansətiş qiyməti arasındakı fərqdən ibarətdir. Ticarət güzəştləri iki hissəyə, yəni pərakəndə ticarət şəbəkələrinin tədavül xərclərinə və bir də həmin strukturların mənfəətinə ayrılır. Burada tətbiq edilən ticarət güzəştlərinin səviyyəsi məhsulların pərakəndə satış qiymətlərinə nisbətən faizlə müəyyən edilir.

Məhsulların vasitəçi strukturların anbar və bazalarından nəqliyyat vasitələrinə yüklənməsi xərcləri də anbar əlavəsinə daxil edilir.

Hesablaşmada iştirak etməklə tranzit əməliyyatları üzrə topdansətiş qiymətlərindən güzəştlər xarici ticarət təşkilatları tərəfindən idxal məhsulları göndərildikdə də tətbiq edilir.

Anbar və mağazalar vastəsilə satılan məhsullar üçün istehlakçılardan (alıcılardan) alınan əlavələr iki göstəriciyə - məhsul vahidinə və topdansətiş qiymətlərinə - görə müəyyənləşdirilir.

Məhsul vahidinə görə təyin edilmiş əlavələr həm ayrı-ayrı məhsul qrupu, həm də vasitəçi strukturlar üzrə bir-birindən fərqlənir. Məhsul vahidinə görə müəyyən edilən əlavə və güzəştlər ictimai-zəruri əmək məsrəflərini düzgün əks etdirsə də onları çox differensiallaşdırmaq olmur. Bəzən məhsul qrupuna daxil olan ayrı-ayrı çeşidlərin tədavül xərc-

ləri bir-birindən kəskin fərqlənir, o da əlavə və güzəştlərin daha çox differensiallaşdırılmasını tələb edir ki, bu da məqsədəuyğun deyil.

Beləliklə, ticarət güzəştləri mövsümi və regional xarakter daşımaqla müxtəlif əlamətlərə görə differensiallaşdırılır. Həmin əlamətlərə əsasən məhsul qrupları, konkret ərazi və tabeçilik üzrə aparılan bölgü prinsiplərini göstərmək olar. Ayrı-ayrı məhsullar və ya məhsul qrupları üzrə differensiallaşma ayrı-ayrı məhsulların satışına çəkilən tədavül xərclərinin bərabər olmaması ilə əlaqədardır. Nisbətən yüksək miqdarda ticarət güzəşti daha çox tutumlu olan və saxlanması, əlavə tərtibə salınması xüsusi şərait tələb edən, dövriyyə sürəti nisbətən aşağı və beləliklə də tədavül xərclərinin səviyyəsi yüksək olan məhsul qrupları üzrə müəyyənləşdirilir.

Topdansatış qiymətinə görə müəyyən edilən əlavə və güzəştlərin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onların tətbiqi olduqca sadədir. Lakin topdansatış qiymətinə görə əlavə və güzəştlərin tətbiqində vasitəçi strukturların gəlirləri bilavasitə satılan məhsulların qiymətindən asılı olur. Məlumdur ki, həmin məhsulların dəyəri tədavüldə deyil, istehsalda yaranır və satış bazarındakı mövcud tələb və təklif əsasında müəyyənləşir. Buradan isə belə bir qənaətə gəlmək olar ki, vasitəçi strukturlar qiyməti yüksək olan məhsulların realizasiyasına daha çox maraq göstərirlər. Bu da praktiki olaraq çox hallarda qiyməti aşağı olan məhsulların alıcılarında vasitəçi strukturların xidmətindən istifadə üçün heç bir stimullaşdırıcı motiv yaratmır.

Məhsullar franko – vaqon – təyinat stansiya qiyməti üzrə vasitəçi strukturlar tərəfindən satıldıqda məhsulgöndərən (istehsalçı) firma və ya müəssisə onlara xərclərini ödəmək üçün nəqliyyat güzəştləri verir. Nəqliyyat güzəştlərinin əsas təyinatı məhsulların hərəkətini qaydaya salmaq, orta daşıma məsafəsini qısaltmaq, nəqliyyat parkından düzgün istifadə etmək və iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğun olmayan

daşımaları aradan qaldırmaqdan ibarətdir.

Müasir bazar iqtisadiyyatı geniş təkrar istehsalı həyata keçirmək, iqtisadiyyatda struktur dəyişiklikləri aparmaq, onun rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün vəsaitlərin cəlb olunmasında böyük rolunu oynayan geniş və hərtərəfli inkişaf etmiş *kredit münasibətləri* sistemi olmadan keçinə bilməz.

Kredit - qaytarılmaq və faiz ödəmək şərti ilə pul və ya əmtəə formasında alıcılara verilən borca deyilir. Kreditin hərəkəti zamanı kreditorla borc alan arasında müəyyən iqtisadi münasibətlər yaranır.

Kredit bazar iqtisadiyyatı şəraitində mövcud olan və istifadə edilən mühüm kateqoriyalardan biridir. Başlıca iqtisadi kateqoriya kimi kredit də dövlətlə təsərrüfat subyektləri arasında, təsərrüfat subyektlərinin özləri arasında, eləcə də dövlətlə əhali arasında istehsal və bölgü münasibətlərini əks etdirir. Kredit pul vəsaitlərinin dövlət tərəfindən planı uyğun surətdə yenidən bölüşdürülməsi formalarından biri olmaqla əsasən kredit təşkilatlarında (dövlət, kommərsiya və beynəlxalq banklarda) təmərküzləşir.

Kreditdən istifadəni təhlil edən zaman nəzərə almaq lazımdır ki, təsərrüfat subyektlərinin təkə xüsusi dövriyyə vəsaitləri ictimai məhsulun təkrar istehsalının bir mərhələsindən digər mərhələsinə fasiləsiz keçməsinə təmin edən bilməz. Çünki, hər bir təsərrüfat subyektinin malik olduğu vəsaitlərin dövriyyə sürətləri arasında əsaslı fərqlər mövcuddur.

İctimai məhsulun dövrünü və dövriyyəsi prosesində bəzi təsərrüfat orqanlarında istehsalın fasiləsiz davamı üçün əlavə pul vəsaitlərinə müvəqqəti tələbat yarandığı halda, bəzilərinə müvəqqəti sərbəst pul vəsaitləri meydana çıxır. Bu da bazar iqtisadiyyatı şəraitində ölkənin malik olduğu maliyyə vəsaitlərindən səmərəli və əlverişli istifadə etmək məqsədilə kreditin tətbiqi üçün obyektiv şərait yaradır. K. Marks göstərirdi ki, «... kredit məhsuldar qüvvələrin maddi inkişafını və ümumdünya bazarının yaranmasını sürətləndirir ki, yeni istehsal formasının maddi əsasları olan bunları

müəyyən inkişaf dərəcəsinə çatdırsın».

Kreditin mənbələri əsasən aşağıdakılar hesab edilir:

1. Əsas kapitalın fəaliyyəti prosesində onun istehsal olunan əmtəələrin üzərinə keçirilən dəyərinin amortizasiya formasında tədricən yığılan hissəsi;

2. İstehsal olunan əmtəələrin satış vaxtı ilə istehsal prosesinin davamı üçün zəruri olan əmək vasitələri və əmək predmetlərinin alınması vaxtının üst – üstə düşməməsi ilə əlaqədar dövriyyə kapitalının bir hissəsi;

3. Əmtəələrin satılması nəticəsində pul vəsaitlərinin daxil olması ilə əmək haqqının ödənilməsi müddəti arasında dəyişən kapitalın sərbəst pul kapitalı formasında çıxış edən hissəsi;

4. Geniş təkrar istehsalı təmin etmək üçün əlavə istehsal amillərinin əldə edilməsi məqsədilə izafi dəyərin kapitallaşan hissəsi;

5. Bütçə sisteminin malik olduğu vəsaitlərin, müxtəlif məqsədli fondların və ehtiyatların hərəkəti;

6. Əhalinin gəlirləri və yığımlar.

Kreditin mahiyyəti onun funksiyalarında ifadə olunur və bunlar da əsasən aşağıdakılardan ibarətdir:

- qaytarılmaq şərti ilə vəsaitlərin yenidən bölüşdürülməsi;
- fondların dövriyyəsinə vasitəçilik edilməsi;
- nəgd pul əməliyyatlarının kredit əməliyyatları ilə əvəz olunması;
- vəsaitlərə qənaətin stimullaşdırılması;
- iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi;
- vəsaitlərin dövrünə manatla nəzarətin həyata keçirilməsi.

Qaytarılmaq şərti ilə vəsaitlərin yenidən bölgüsü funksiyası vasitəsilə müəssisələrin, dövlətin və fərdi bölmənin sərbəst pul kapitaları yığılır (akkumulyasiya edilir) və borc kapitalı kimi istifadə olunur.

Kredit mexanizmi vasitəsilə borc kapitalı iqtisadiyya-

tın inkişafının ümummilli proqramına uyğun gələn və yüksək mənfəətə təminat verən təsərrüfat sahələri arasında müəyyən müddətdən sonra qaytarılmaq şərti ilə yenidən bölüşdürülür. Vəsaitləri yığmaq və yenidən bölüşdürməklə əz pul vəsaitlərilə geniş təkrar istehsal sürətlənir, təsərrüfat subyektlərində öz xüsusi vəsaitlərindən daha səmərəli istifadə üçün stimül yaranır, istehsala və məhsulun satışı prosesinə manatla nəzarət funksiyası həyata keçirilir.

Kredit əmtəə və pul tədavülünə əsaslanır. «... Kredit təsərrüfatı deyilən şeyin özü ancaq pul təsərrüfatı formasıdır, çünki, bu adların hər ikisi istehsalçıların öz arasında mübadilə funksiyalarını və ya mübadilə üsullarını ifadə edir».

Müasir iqtisadi şəraitdə kreditin vacib funksiyasından biri də nəgd pul və dotasiyalarla yanaşı onun iqtisadiyyatın tənzimlənməsində bir alət kimi istifadə edilməsindən ibarətdir. İqtisadiyyatın kredit vasitəsilə tənzimlənməsi təsərrüfat proseslərinə təsir etmək məqsədilə kreditin həcmi və dinamikasını dəyişmək üçün dövlətin həyata keçirdiyi tədbirlər kompleksini özündə birləşdirir. Dövlət borc kapitalının yarandığı ilkin mənbədən son tətbiq sferasına qədər axını prosesində iştirak edərək borc alınması və ya qaytarılması prosedurunun normativ hüquqi bazasını formalaşdırır.

Logistika sferasında kreditə bazar iqtisadiyyatı şəraitində həyata keçirilən iqtisadi tədbirlər sistemindən biri kimi, logistik sistemin iştirakçılarının və onların maliyyə təsərrüfat fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə aktiv təsir vasitəsi kimi xüsusi diqqət yetirilir.

Kredit münasibətlərinin fasiləsiz inkişafı şəraitində kreditləşmə prinsiplərinin (ssudanın məqsədli istiqaməti, qaytarılması, təciliyi, maddi təminatlılığı, differensiallığı və pulluluğu) böyük əhəmiyyəti vardır. Kreditləşmə prinsiplərinin düzgün dərk edilməsi həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan vacibdir. Borc verilməsi qaydası, sənədlərin rəsmiləşdirilməsi, bank və müəssisələrdə operativ mühasibat işlərinin təşkili kreditləşmə prinsiplərinin müəyyənləşdirilməsini

zəruri edir.

Yuxarıda bu və ya digər məhsulları alan zaman potensial alıcılara göstərilən müxtəlif növ logistik xidmətlər nəzərdən keçirildi. Əksər hallarda logistik xidmətləri göstərən firma və şirkətlər bu xidmətlərin səviyyəsini kəmiyyətcə qiymətləndirmək zəruriyyəti ilə qarşılaşırlar.

Logistik xidmətin iqtisadi əhəmiyyətinə və təsərrüfat subyektlərinin həyatında oynadığı rola baxmayaraq hal-hazırkı dövrə qədər servis xidmətinin keyfiyyətini qiymətləndirmək üçün səmərəli üsul mövcud deyil. Bu da hər şeydən əvvəl əmtəəlik məhsullardan fərqli olaraq xidmətlərin spesifik xüsusiyyətləri ilə əlaqədardır. Belə xüsusiyyətlərə adətən aşağıdakılar aid edilir:

- mənbədən ayrılmaazlığı. Fəaliyyət forması kimi logistik xidmət mənbənin olub və ya olmamasından asılı olmayaraq mövcud olan maddi məhsuldan fərqli öz mənbəsindən ayrılmazdır. İstehlakçılar (alıcılar) xidmətin göstərilməsi prosesində birbaşa iştirak edirlər;

- xidmət nəqletməyə və anbarlaşdırmaya məruz qalmadığından göstərildiyi anda böyük həcmdə istehlak (qəbul) edilir;

- keyfiyyətin qeyri - sabitliyi. Logistik xidmətin keyfiyyəti logistik sistemin təkmilləşdirilməsi dərəcəsindən, istehlakçıların tələbindən, habelə bir sıra faktorlardan asılı olaraq dəyişkəndir. Bir çox hallarda logistik xidmət kompleks parametrlər üzrə standartlaşdırılır. Lakin buna baxmayaraq xidmətin keyfiyyətində baş verən dəyişikliklər müəyyən hədd, çərçivə daxilində tərəddüd edir.

- istehlakçılar (alıcılar) xidməti qəbul edən zaman heç vaxt onun mülkiyyətçisi olmurlar;

- xidmətin ünvanlı olması. Logistik xidmətlər bilavasitə konkret sifarişçiyə istiqamətlənir. Daha doğrusu, məqsəd bazarının ümumi tələbinin ödənilməsinə yönələn və istehsal edilən maddi məhsuldan fərqli olaraq burada konkret istehlakçı nəzərdə tutulur və ona xidmət göstərilir.

- göstərilən hər bir logistik xidmət istehlakçı üçün nadir hesab edilir. Çünki, bu tip xidmət özündən əvvəl və ya sonra gələn hər bir xidmətdən spesifik parametrləri, müddəti, keyfiyyəti, istehsal və istehlak şərtləri baxımından fərqlənir.

- tələbin elastikliyi. Maddi məhsullardan fərqli olaraq logistik xidmətin üstünlüyü satış bazarında tələbin elastikliyi ilə səciyyələnir. Bu sahədə tədqiqat aparən mütəxəssislər belə qənaətə gəlirlər ki, normal iqtisadi şəraitdə logistik xidmətlərin qiymətinin azaldılması ilə onlara tələb olduqca tez artır və istehlakçı müəssisələrin gəlirləri artır.

- xidmətin göstərilməsi fəaliyyət – prosesdir və buna görə də istehlakçılara xidmətin konkret məhsulunu göstərmək və onların nəyə görə haqq ödədiklərini izah etmək olduqca çətinidir;

- xidmətin göstərilməsi adətən xırda fəaliyyətlərdən – subservislərdən ibarət olduğundan istehlakçılar bütün bu fəaliyyətlərin qiymətləndirilməsini həyata keçirirlər. Xidmətin keyfiyyəti və cazibədarlığı göstərilən xidmət üzrə fəaliyyətlərə istehlakçı tərəfindən ümumi, yekun qiymətlərin verilməsi qabiliyyətindən asılıdır.

Xidmətin göstərilən xarakteristikaları və xüsusiyyətləri logistik proseslərin yerinə yetirilməsi prosesində mühüm rol oynayır. Bütün bunlarla yanaşı onu da nəzər almaq lazımdır ki, logistikada xidmətin keyfiyyəti yalnız və yalnız xidmət göstərənə (məhsulgöndərənə) istehlakçının «üz – üzə» gəldiyi anda meydana çıxır. Bu zaman logistik xidməti həyata keçirən, onu göstərən firma və şirkətlər çalışırlar ki, xidmətin istehlakçılara çatdırılması anına qədər heç bir problem yaranmasın və istehlakçılara yüksək səviyyəli və keyfiyyətli xidmətin göstərilməsi üçün əlverişli şərait formalaşsın.

Ümumiyyətlə, servis xidmətinin səviyyəsi aşağıdakı formul ilə hesablanır:

4.1. LOGİSTİK ƏMƏLİYYATLAR VƏ FUNKSİYALAR

$$\beta = \frac{\sum_{j=1}^n t_j}{\sum_{i=1}^N t_i} \times 100\%$$

burada, N – nəzəri baxımdan göstərilə bilən bütün xidmət növlərinin kəmiyyəti;

n – yerinə yetirilən xidmətlərin faktiki kəmiyyəti;

i – nəzəri siyahıda xidmətlərin siyahı nömrəsi;

j – faktiki göstərilən xidmətin sıra nömrəsi;

t_k – xidmətinin yerinə yetirilməsi üçün zəruri vaxt.

Beləliklə, yuxarıda verilən ifadə də kəsrin surətində olan birinci cəm xidmətin göstərilməsi üçün faktiki sərf edilən məcmu vaxtı, kəsrin məxrəcində olan ikinci cəm isə kompleks xidmətlərin yerinə yetirilməsi üçün nəzəri baxımdan sərf edilə biləcək ümumi vaxtı göstərir.

Bu formula əsasında aparılan iqtisadi təhlildən belə qənaət hasil olunur ki, logistik servis xidmətinə çəkilən məsrəflər xidmətin səviyyəsindən birbaşa asılıdır. Daha doğrusu, yüksək xidmət səviyyəsi yüksək xərc tələb edir. 100 ballı qiymətləndirmə şkalasında xidmətin səviyyəsi 70 % - dən çox olduqda logistik xidmətlərə çəkilən məsrəflər eksponensial artır. Servis xidmətinin səviyyəsi 90 % və ondan yüksək olduqda isə logistik xidmətin göstərilməsi iqtisadi baxımdan məqsədəuyğun hesab olunmur. Mütəxəssislərin apardıqları hesablamalara görə xidmətin səviyyəsi 95 % - dən 97 % - ə qədər artdıqda əldə edilən iqtisadi səmərə 2 %, məsrəflər isə 14 % artır.

Digər tərəfdən isə xidmətin səviyyəsinin aşağı düşməsi isə xidmətin keyfiyyətinin pisləşməsi ilə əlaqədar olaraq itkilərin həcmnin artırılmasına gətirib çıxarır. Buna görə də servis xidmətinin səviyyəsinin praktiki qiymətləndirilməsi və təhlili zamanı ekspert qiymətlərindən istifadə olunması böyük əhəmiyyət kəsb edir.

İstehsalın zəruri xammal, material və dəstləşdirici məmulatlarla təmin edilməsi və bu əsasda bazar üçün istehlakçı tələbinə uyğun bu və ya digər məmulatın hazırlanmasına logistik yanaşma nəticə etibarlı ilə material axınlarının tənzimlənməsini tələb edir. Tənzimlənmə yaranma mənbəyi, hərəkət istiqaməti, kəmiyyəti, dövriliyi, ardıcılığı, habelə digər parametrlərinə görə insan, enerji, informasiya və maliyyə resurslarının idarə edilməsi vasitəsilə həyata keçirilir.

Sadalanan bu resursların material axınları kateqoriyasına aid olunmasına baxmayaraq onlar fiziki təbiətlərinə görə iqtisadi fəaliyyət nəticəsində özünün ilkin formasını dəyişən və istehlakçıların tələbatının ödənilməsi mənbəyi hesab olunan ilkin materialların təbiətindən əsaslı surətdə fərqlənirlər. Buna görə də logistika anlayışını geniş mənada iqtisadi fəaliyyət nəticəsində yaranan bütün növ axınların müasir idarəetmə metodu və ya metodologiyası kimi başa düşmək olar.

Logistika marketinq tərəfindən aşkar edilən hər bir bazar subyektinin tələbinin dolğun və tam ödənilməsi üçün material, maliyyə resurslarının ilkin mənbədən son təyinat məntəqələrinə qədər hərəkəti prosesini həyata keçirir. Bu zaman material resursları təkrar istehsal prosesinin başlanğıc və son fazası arasında müvafiq dəyişikliklərə (anbarlaşdırma, markalaşdırma, nəqli, emal, fiziki bölüşdürmə və s.) məruz qalır. Belə dəyişiklikləri həyata keçirən hərəkət və ya proseslər **logistik əməliyyatlar** hesab edilir.

Logistik əməliyyatlar müxtəlif xarakterli iqtisadi fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi zamanı ixtiyari material, maliyyə və informasiya axınlarının dəyişilməsi məqsədinə xidmət edən hərəkət və proseslər məcmusudur. Logistik əmə-

liyyatları istehsal və mübadilə sferasında material axınları ilə bağlı əməliyyatlar, eləcə də maliyyə və informasiya axınları ilə əlaqədar yerinə yetirilən əməliyyatlar kimi təsnif etmək olar. Hər iki sferada icra olunan logistik əməliyyatlar bir – birindən spesifik cəhətlərinə görə fərqlənir.

İstehsal sferasında material axınları ilə bağlı əməliyyatlar sifarişlərin yerləşdirilməsi, anbar təsərrüfatının idarə edilməsi, istehsal avadanlıqlarının, hazır məhsul üçün lazım olan üsürlərinin komponentlərinin və məhsulgöndərənlərin seçilməsi, istehsal proseslərinin planlaşdırılması və dispetçerləşdirilməsi, istehsal ehtiyatlarının uçotu və idarə edilməsi üzrə əməliyyatlardan ibarətdir.

Mübadilə sferasında material axınları ilə bağlı logistik əməliyyatlar xammal, material və dəstləşdirici məmulatların yükləmə və boşaldılması, nəql edilməsi, dəstləşdirilməsi (komplektləşdirilməsi), anbarlaşdırılması, ehtiyat formasına salınması, hazır məhsulların taralaşdırılması, markalaşdırılması və müxtəlif səviyyəli bölgü kanalları üzrə məhsulların fiziki bölüşdürülməsi kimi əməliyyatları özündə birləşdirir.

İnformasiya axınları ilə əlaqədar əməliyyatlar logistik informasiya sistemlərinin yaradılması və bu sistem daxilində material axınlarına uyğun olan və onları idarə edən informasiyaların yığılması, saxlanması, emalı və ötürülməsi üzrə işlərin yerinə yetirilməsidir.

Maliyyə axınları ilə əlaqədar əməliyyatlar iqtisadi fəaliyyətin istənilən mərhələsi üçün funksional dəyər təhlilinin aparılması, bütün logistik proqramlar və ya onun ayrı-ayrı missiyalarının həyata keçirilməsi üçün zəruri maliyyə vəsaitlərinin həcmnin və onların əldə edilməsi mənbəyinin, müxtəlif məhsulgöndərənlərlə hesablaşma formalarının müəyyənləşdirilməsi, habelə dəyər baxımından bütün məsrəf və ehtiyatlar üzərində nəzarət işinin aparılmasından ibarətdir.

Logistik əməliyyatları nəzərdən keçirən zaman giriş

və çıxış material axınları ilə əlaqədar yerinə yetirilən əməliyyatları logistik sistemin daxilində icra edilən əməliyyatlardan əsaslı surətdə fərqləndirmək lazım gəlir. Mahiyyət etibarı ilə bu fərq özünü logistik sistemin girişinə daxil olan material resursları və çıxışdakı hazır məhsullar üzərində mülkiyyət hüququnun dəyişməsi və sığorta riskinin ötürülməsində təzahür etdirir. Logistik sistem daxilində isə bu və ya digər təyinatla malik material axınları logistik sistemin quruluşu və iştirakçıların tələblərindən asılı olmayaraq dəyişilməsinə baxmayaraq məhsullar üzərində mülkiyyət hüququ dəyişilməz qalır. Mülkiyyət hüququnun dəyişilməməsilə yerinə yetirilən əməliyyatlar birtərəfli, dəyişilməsi ilə aparılan əməliyyatlar isə ikitərəfli əməliyyatlar adlanır.

Logistik əməliyyatlar həmçinin daxili və xarici əlaqələrinə görə fərqlənilir. Xarici logistik əməliyyatlar sözün tam mənasında maddi-texniki təchizat prosesini, məhsulgöndərənlərlə işgüzar əməkdaşlığı və müxtəlif səviyyəli malyeridilişi kanallarında hazır məhsulların fiziki bölüşdürülməsini həyata keçirir.

Ümumi formada logistik əməliyyatları aşağıdakı kimi təsnif etmək olar (cədvəl 4.1).

Qeyd olunan bu əməliyyatların həyata keçirilməsi üçün logistik proseslərin hər bir iştirakçısı müəyyən funksiyaları yerinə yetirir. Bu zaman «funksiya» anlayışı dedikdə məqsəd nöqtəyi - nəzərindən ümumilik təşkil edən müəyyən fəaliyyət və ya hərəkətlər məcmusu başa düşülür. Hər bir funksiya özünün əvvəlcədən təyin olunmuş məqsədi və bu məqsədə çatmaq üçün icra etdiyi hərəkətlər və ya fəaliyyətlər toplusuna görə digərindən fərqlənir.

Logistik əməliyyatların təsnifatı

<i>Təsnifat əlaməti</i>	<i>Logistik əməliyyatların növü</i>
1 Mülkiyyət hüququnun dəyişilməsi	* birtərəfli * ikitərəfli
2 Yük vahidinin xassələrinin dəyişilməsi	* dəyər əlavə etməklə * dəyər əlavə etməməklə
3 Sistemə münasibətinə görə	* xarici əməliyyatlar * daxili əməliyyatlar
4 Logistik əməliyyatların obyekti	* material axınları * informasiya axınları * maliyyə axınları

Logistik funksiya – logistik sistem qarşısında duran məqsədlərin reallaşdırılmasına istiqamətlənən iriləşdirilmiş logistik əməliyyatlar toplusudur.

Biznes fəaliyyətinin təşkili baxımından yerinə yetirilən logistik funksiyalar əsasən *bazis, açar və təminedicilə* logistik funksiyalara bölünür. Bazis kateqoriyasına aid edilən logistik funksiyalar adətən təchizat, istehsal və satış kimi təsnif edilir. Konkret bazar və ya onun müvafiq seqmenti üçün məhsul hazırlayan hər bir istehsalçı istehsal olunacaq əmtəəlik məhsulun növü, təyinatı, istismar xüsusiyyətləri və digər parametrlərini nəzərə almalıdır. Bu parametrlər ilk növbədə istehsal yerlərinin müvafiq xammal, material və dəstləşdirici məmulatlarla təchiz edilməsi üçün əsas şərt hesab edilir. Mövcud material və istehsal resurslarının köməyi ilə konkret məhsul istehsalı, optimal satış kanallarından istifadə etməklə onların fiziki bölüşdürülməsi və satışının təşkili kimi problemlərin həllində praktiki olaraq qeyd olunan bu üç logistik funksiyadan geniş istifadə olunur. Ümumi formada logistik funksiyaların bazis kateqoriyası kimi təsnif edilməsi biznesin logistik konsepsiyasının, onun marketing və inteqral paradigmasının mahiyyətinin aşkarlanmasına xidmət edir.

Təchizat satış fəaliyyətinin idarə edilməsi. Bazarın kompleks öyrənilməsi üçün məhsul satışı bazarında marketing tədqiqatlarının aparılması, hazır məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin təşkili, müxtəlif səviyyəli bölgü kanallarının yaradılması, məhsulların istehlakçılara çatdırılması üçün nəqliyyat növlərinin seçilməsilə əlaqədar müxtəlif xarakterli məsələlərin həlli, istehlakçılara göstərilən xidmətlər üzrə qrafiklərin yaradılması və beynəlxalq standartlara uyğun xidmətlərin göstərilməsinin təmin edilməsi, ilkin xammal və materialların, eləcə də bazar üçün nəzərdə tutulan hazır məhsulların keyfiyyətli formada istehlak yerlərinə çatdırılması məqsədilə anbarların seçilməsi və onların çevikliyinin artırılması, anbar əməliyyatlarının avtomatlaşdırılması, məhsulların fiziki bölüşdürülməsi zamanı bölgü kanallarının iştirakçılarının stimullaşdırılmasının həyata keçirilməsi mütləq mənada bu idarəetmənin obyektləri hesab olunurlar. Məhz hər bir təsərrüfat subyektinin iqtisadi baxımdan fəaliyyətinin ali məqsədi də təchizat – satış fəaliyyətini yaxşılaşdırmaqla məqsəd bazarında fəaliyyət dairəsini genişləndirmək, bazar seqmentlərini artırmaq, məhsul istehsalı və satışı üzrə bazar liderliyinə sahib olmaq kimi yüksək nəticələri əldə etməkdən ibarətdir.

Açar logistik funksiyalara aşağıdakılar aid edilir:

- istehlakçılara göstərilən xidmətlərin standartlara uyğunluğuna riayət olunması;
 - tədarükətin idarə olunması;
 - xammal, material və dəstləşdirici məmulatların nəql edilməsi;
 - ehtiyatların idarə edilməsi;
 - sifariş prosedurlarının idarə edilməsi;
 - istehsalın material resursları ilə təminatı və istehsalın idarə edilməsi;
 - qiymətin əmələ gəlməsi;
 - məhsulların fiziki bölüşdürülməsi;
- Müasir iqtisadi şəraitdə alıcı bazarında baş verən key-

fiyyət dəyişiklikləri məhsul istehsalçıları və ticarət vasitəçi strukturları qarşısında bütün digər iqtisadi parametrlərlə yanaşı keyfiyyətli xidmət və onun beynəlxalq standartlara uyğun olması tələbini qoyur. Buna görə də istehlakçılara göstərilən xidmətlərin standartlara uyğunluğuna riayət olunması, məhsulların tələb olunan səviyyədə yüksək keyfiyyətinin təmin edilməsi, məhsulların fiziki bölüşdürülməsi və satışdan sonrakı servis xidmətinin təşkili istənilən təsərrüfat subyektinin logistik menecmentinin mühüm vəzifəsi hesab edilir. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş qərb firmalarında keyfiyyətin idarə edilməsi üzrə son zamanlar geniş yayılmış standartlar mövcuddur. Belə standartlardan ən mühümü ideologiya və standartlaşma üzrə beynəlxalq təşkilatların (International Standard Organization) ISO – 9000 seriyalı standartı hesab edilir. Bu standartlar istehsalçı firmalardan konkret olaraq rəqabətə davam gətirən, analoji məhsul istehsalçıları üstələyən və logistik yanaşmalardan istifadə etmək baxımından mütəmadi olaraq yüksək keyfiyyətli məhsullar və xidmətlər tələb edir. Logistik yanaşmalardan istifadə etməklə rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsi istənilən səpkili logistik qərarların hazırlanmasına şərait yaradır. Bu növ logistik qərarlar isə tələb olunan məhsulların zəruri keyfiyyətdə lazımı vaxtda müvafiq yerlərə çatdırılması və istehlakçılara beynəlxalq standartların tələblərinə cavab verə bilən xidmətlərin göstərilməsi üzrə əməliyyatların yerinə yetirilməsində mühüm rol oynayır.

Logistik menecmentdə əsas diqqət istehsalın normal gedişinə təminat yaradan material resurslarının tədarükü (material resurslarına tələbatın planlaşdırılması) və alınması məsələlərinin düzgün və optimal həll edilməsinə yönəldilir. Firmalarda tədarükün təşkili və idarə edilməsi özündə bilavasitə: material resurslarının göndərilməsini həyata keçirən bu və ya digər məhsulgöndərənlərin seçilməsi, resurslara tələbatın planlaşdırılması, məhsulgöndərmələrin rəşional göndərmə müddətlərinin və həcmnin təyin edilməsi, kont-

raktların (tədarükat müqavilələrinin) icra edilməsilə əlaqədar işlərin təşkili, istehsal yerlərinə material resurslarının çatdırılması üçün anbar və təchizat göndərmə formalarının və nəqletmə vasitələrinin seçilməsi kimi kompleks vəzifələri birləşdirir. Sadalanan kompleks vəzifələr, daha doğrusu tədarükat prosedurunun əhəmiyyəti hər şeydən əvvəl onunla şərtləşir ki, məhsulgöndərənlərin seçilib yerləşdirilməsi və material resurslarının keyfiyyəti kimi amillər logistik xərclərin kəmiyyətinə əsaslı təsir göstərir.

İstehlakçı bazarının tələb etdiyi məhsulların istehsalı üçün zəruri hesab edilən xammal və materiallar üzrə sifariş paketləri hazırlandıqdan sonra bu sifarişlərin hansı tədarükat bazarı hesabına ödənilməsi və seçiləcək tədarükat bazasında yüksək keyfiyyətli məhsulgöndərmələri təmin edən intizamlı məhsulgöndərənlərin özlərinin də seçilməsi böyük əhəmiyyətə malikdir. Məhz istehsalçı firmaların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi hər şeydən əvvəl istehlakçılar üçün əlverişli hesab edilən tədarükat bazarının, tədarükat formalarının, məhsulgöndərmə üsullarının seçilməsi, məhsulgöndərənlərin qiymətləndirilməsi və yüksək keyfiyyətli məhsulların tələb olunan müddətdə, zəruri həcmdə göndərilməsindən çox asılıdır. Odur ki, qoyulan bu məqsədlərə nail olunması tədarükat və məhsulgöndərmə proseslərinin məhiyyətini bilməklə yanaşı seçilmiş məqsəd - tədarükat bazarlarında məhsulların optimal həcmdə göndərilməsi proseslərinin idarə edilməsinə tələb yaradır.

Logistik dövrdəki əhəmiyyətinə və yerinə yetirdiyi əməliyyatların xarakterinə görə nəqletmə açar logistik funksiyalardan ən mühümü hesab olunur. Bu hər şeydən əvvəl onunla izah olunur ki, xammal və materialların əldə edilməsi, onların məqsəd bazarına çıxarılması və müxtəlif satış kanalları vasitəsilə istehlakçılara çatdırılmasını nəqliyyatsız təsəvvür etmək qeyri- mümkündür. Nəqliyyat xammal, material və dəstləşdirici materialların istehsalçılardan istehlakçılara, müəssisədən anbara, anbardan anbara, eləcə də an-

bardan istehlakçılara çatdırılması üzrə maddi - texniki bazanı və onun fəaliyyətini təmin edən infrastrukturunu özündə birləşdir. Bu zaman nəqlətmə prosesinə təkcə lokal mənada yüklərin daşınması kimi deyil, kompleks planda yüklərin boşaltma, ekspedisiya və digər logistik əməliyyatların məcmusu kimi baxılır. Nəqliyyatın iqtisadi həyatda oynadığı rol və yerinə yetirdiyi vəzifələr bir daha onunla izah olunur ki, iqtisadiyyatın üstün hesab edilən bir sıra sahələrində ona çəkilən xərclər ümumi logistik xərclərin 2/3-ə bərabərdir. Buna görə də nəqlətmənin idarə edilməsi bilavasitə yükdaşıyanların və ekspeditorların seçilməsi, nəqliyyat növlərinin seçilməsi, optimal nəqlətmə marşrutlarının təyin edilməsi, konkret məhsul növlərinə uyğun nəqliyyat vasitələrinin müəyyənəşdirilməsi kimi vacib hesab olunan məsələlərin həll edilməsindən ibarət olur.

Hazır məhsulların bölgüsü prosesində iştirak edən nəqliyyat müəssisələri və ya nəqliyyat departamentləri məhsulların daşınmasını həyata keçirməklə bərabər onların daşınmasına çəkilən xərclərin azaldılmasını və istehlakçılara göstərilən servis xidmətinin səviyyəsinin yüksəldilməsini təmin etməlidir. Bütünlüklə servis xidməti hər şeydən əvvəl kommunikasiya və informasiya sahəsində yeni elmi nailiyyətlərdən geniş miqyasda istifadə etməklə istehlakçılara ənənəvi olmayan əlavə xidmətlərin göstərilməsindən ibarətdir. Nəqliyyat firmaları tərəfindən göstərilən əlavə xidmətlər xidmət göstərilən müştərilərin, yəni xidmət obyektlərinin sayını artırır, məhsul satışından əldə edilən mənfəətin həcmi artırır, yeni nəqliyyat texnologiyasının tətbiqini sürətləndirir, nəqliyyat xidməti bazarında əlaqələrin stabililiyi və sadəliyini təmin edir. Yüklərin tələb olunan vaxtda lazımi yerə çatdırılması etibarlılığı, daşınmanın sürəti, ahəngdarlığı və dəyəri bu funksional bölmənin fəaliyyətini xarakterizə edən əsas göstəricilərdir. Material axınlarının nəqliyyat açar logistik funksiyası baxımından idarə edilməsi yüklərin daşınması sahəsində yeni formaya və məzmununa

malik sənəd dövriyyəsinin tətbiqinə şərait yaradır.

Material resursları və hazır məhsul ehtiyatlarının idarə edilməsi təchizat, istehsal və satış zamanı ayrı-ayrı məhsul növləri üzrə ehtiyatların yaranması, tənzimlənməsi və onların səviyyələrinə nəzarət edilməsi prosesini əks etdirir. Hazır məhsulun istehsal fazasının istehlak fazasından istər zaman, istərsə də məkanca, eləcə də istehsalın kəmiyyətə istehlakdan fərqli olması ehtiyatların yaranmasını şərtləndirən ən mühüm amildir. Əgər məhsulların nəql edilməsi zamanı **m ə k a n**, daha doğrusu, onların hansı məntəqələrə çatdırılması amili əhəmiyyət kəsb edirsə, ehtiyatların idarə edilməsi açar logistik funksiyasının icrası vaxtı isə **z a m a n** amili mühüm rol oynayır. Ehtiyatlar adətən bir tərəfdən material resurslarını göndərənlərlə istehsal arasında, digər tərəfdən isə istehsalla hazır məhsul istehlakçıları arasında, yəni, nəqlətmə, istehsal və satış arasında bufer rolunu oynamaqla bərabər bütün logistik sistemlərin məhsuldar fəaliyyəti üçün şərait yaradır. Logistik sistemin istənilən mərhələsində yaranan ehtiyatlar tələbin dəyişilməsinə çevik reaksiya verməklə bərabər həm istehsal yerlərində yarana biləcək fasilələri aradan qaldırır, həm də nəqliyyat vasitələrinin düzgün seçilməsinə, bu təsərrüfatın normal fəaliyyətinə zəmin yaradır. Ehtiyatlar hazır məhsul istehsalı prosesində istehsal üçün lazım olan material resurslarının çatışmaması və ya istehlakçıların hazır məhsullara olan tələbatının dolğun ödənilməməsi riskini azaldır. İstehsal ehtiyatlarının kəmiyyəti bütün sistemin optimallığını təmin etməlidir. Eyni zamanda ehtiyatların yaradılması böyük həcmdə əmtə material qiymətlilərini təsərrüfat dövriyyəsiindən müvəqqəti olaraq kənarlaşdırır və iqtisadiyyatda maliyyə resurslarının dondurulması kimi neqativ nəticələrin əmələ gəlməsinə səbəb olur. Buna görə də logistik menecmentin mühüm vəzifəsi beynəlxalq standartların tələbləri baxımından istehlakçılara xidmətlər göstərilən zaman logistik sistemlərdə və ya dövriyyədə ehtiyatların səviyyəsini optimallaşdırmaqdan

ibarətdir. Əgər nəzərə alsaq ki, ehtiyatların yaradılması və saxlanılmasına çəkilən məsrəflər ümumi logistik xərclərin 20% - dən 60% - ə qədərini təşkil edir, onda bu onun açar logistik funksiyalar içərisində əhəmiyyətli çəkiyə malik olduğunu bir daha təsdiqləyir.

İstehlakçı sifarişlərinin idarə edilməsi. Nəqləmə və ehtiyatların idarə edilməsi açar funksiyaları kimi sifariş prosedurlarının idarə edilməsi funksiyasının da yerinə yetirilməsinin çox böyük logistik xərclər hesabına başa gəlməsinə baxmayaraq onun logistik menecment və biznes işinin təşkiliində yeri və oynadığı rol xüsusi əhəmiyyətə malikdir.

Bazar üçün məhsul istehsalına qərar verildikdən sonra hər bir istehsal sahələrində və ya yerlərində istehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün zəruri olan xammal, material və dəstləşdirici məmulatların əldə edilməsindən ötrü iri məhsulgöndərənlərə – topdansatış ticarətini həyata keçirən ayrı-ayrı vasitəçilərə və ya bu komponentlərin birbaşa istehsalçılarına müvafiq sifarişlər verilir.

Sifariş prosedurlarının idarə edilməsi funksiyası sifarişlərin verilməsi, qəbulu və emal edilməsi qaydalarını, məhsulgöndərənlərdən və ya istehlakçılardan hazır məhsulların alınması müddətini müəyyənləşdirir, eləcə də istehlakçılara hazır məhsulların satışı və çatdırılması ilə əlaqədar olaraq bölüşdürmə şəbəkələrinin və logistik vasitəçilərin həvəsləndirilməsini həyata keçirir. İstehlakçı tələbının dolğun ödənilməsi və istehsal prosesinin fasiləsiz gedişinin təmin edilməsi hər şeydən əvvəl sifariş prosedurunun düzgün təşkili və idarə edilməsindən birbaşa asılıdır. Daha doğrusu, sifarişlərin idarə edilməsi ilk növbədə bu və ya digər istehsalçı və ya məhsulgöndərənlərə ünvanlanacaq sifariş paketinin düzgün hazırlanması (zəruri xammal və materialların nomenklaturasını tərtib etmək və bu nomenklatura üzrə ayrı-ayrı xammal və materiallara olan tələbatın ümumi həcmi təyin etmək), sifarişlərin nəzərdə tutulan müddətdə məqsəd bazasına ünvanlanması, sifariş partiyalarında tələb olunan məh-

sulların əldə edilməsi üsullarının müəyyənləşdirilməsi və seçilmiş məhsulgöndərənlərdən məhsulların əldə edilməsi ilə bağlı yerinə yetirilən əməliyyatların idarə olunmasını özündə birləşdirir.

İstehsalın material resursları ilə təminatı və istehsalın idarə edilməsi (qərb firmaları bu funksiyaları əməli menecment kimi adlandırırlar) məhsul istehsalı prosesində vacib logistik funksiyadır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin normal fəaliyyətinin təmin edilməsi, rəqabət mühitinə tab gətirməsi və bu əsasda müəyyən üstünlüklərin əldə edilməsi yalnız və yalnız real istehsal proseslərinin texniki və texnoloji, eləcə də təşkilati – texniki cəhətdən fasiləsiz olaraq yeniləşməsi şəraitində mümkündür. İstehsalın təşkilati – texniki cəhətdən yeniləşməsi isə müəssisələrin dövlətin tənzimləmə metodlarına və qeyri-sabit vergi siyasətinə uyğun olaraq fasiləsiz dəyişən bazara çevik adaptasiya olunmasını nəzərdə tutur. Bazarda sabit istehsal nailiyyətlərinin əldə edilməsi üçün müəssisələrin yeniləşməsi prosesi bilavasitə mövcud fəaliyyət modellərinin ideal layihələrə yaxınlaşması yolu ilə həyata keçirilir. Belə bir şəraitdə istehsalın təşkilinin əsas prinsiplərinə əməl etmək şərti ilə «*itələmə*» və ya «*dartma*» rejimlərinin tətbiqi, xüsusi istehsalla məhsulgöndərənlərin xidməti arasında nisbətə nail olunması, istehsalın kəmiyyət və keyfiyyət çevikliyinə təmin edilməsi istehsal yerlərində material axınlarının idarə edilməsini obyektiv zəruriyyətə çevirir. Buna görə də bu gün istehsal sahələrində material axınlarının rəşional təşkili və idarə edilməsi mütləq mənada axın proseslərinin çevikliyi, sinxronluğu, optimallığı, inteqrativliyi və eyniistiqamətliyi kimi logistik prinsiplərdən istifadəyə əsaslanır.

Logistik nöqtəyi – nəzərdən əməli menecmentin əhəmiyyəti hazır məhsul buraxılışı üçün texnoloji proseslərdə material axınlarının və bitməmiş istehsalın məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi və məsrəflərin azaldılması baxımından effektiv idarə edilməsindən ibarətdir. Bu zaman əsas

təqvim planlaşdırması, bitməmiş istehsalın və material resursları üzrə ehtiyatların səviyyəsinin minimumlaşdırılması, material resurslarına tələbatın proqnozlaşdırılması, istehsal dövrünün qısaldılması və s. logistik məsələlər böyük əhəmiyyət kəsb edir. Əməli menecmentin bu və ya digər məsələləri KANBAN, «optimal istehsal texnologiyaları», resurslara tələbatın planlaşdırılmasına şərait yaradan istehsaldaxılı mikrologistik sistemlər vasitəsilə həll edilir.

Açar logistik funksiyalardan biri də qiymətin əmələ gəlməsidir. Qiymətin əmələ gəlməsi strategiyası istehsalçı firmaların marketinq və logistik strategiyaları ilə sıx əlaqədardır. Hər şeydən əvvəl logistik strategiya hazır məhsulun baza qiymətini təşkil edən ümumi logistik xərclərin səviyyəsini müəyyənləşdirirsə, marketinq strategiyası rentabelliyyəni planlaşdırılan səviyyəsini və bazar konyukturasını, rəqiblərin qiymət siyasətini və proqnozlaşdırılan tələbə əsaslanan hazır məhsulların son satış qiymətlərini təyin edir.

Qiymətin əmələ gəlməsinin idarə edilməsi strategiyası digər faktorlarla birlikdə tələb və təklifin səviyyəsinə, həminin əldə edilən mənfəətin həcminə və istehsal – satış sistemlərinin effektiv fəaliyyət göstərməsinə həlledici təsir göstərir. Aydın ki, istehsal edilən məhsullara yüksək qiymət qoyma strategiyasını seçən istehsalçılar bir tərəfdən ilk əvvəl yüksək mənfəət həcminə malik olsalar da, digər tərəfdən perspektiv dövr üçün özlərinin potensial istehlakçılarının yavaş – yavaş itirilməsi və bu əsasda mənfəət həcminin azaldılması halları ilə rastlaşacaqlar. Lakin qiymət strategiyasını tələb və təklif asılılığı əsasında planlaşdırılan istehsalçılar proqnozlaşdırılan yüksək mənfəətə malik olurlar. Odur ki, müvafiq marketinq konsepsiyası əsasında fəaliyyət göstərən istehsalçılar məhsul satışı siyasətində dəyişikliklər apararaq satışın həcmi artırırırlar. Nəticə etibarilə bu da mənfəətin artırılmasına, eləcə də bütün istehsal – satış fəaliyyətinin ümumi effektivliyinin yüksəldilməsinə səbəb olur. Bununla əlaqədar olaraq istehsalçı firmaların logistik

menecmentləri qiymət strategiyasını işləyib hazırlayan zaman fəaliyyət göstəriləcək konkret hər bir bazarın tipi, növü, bu bazarda rəqabətin səviyyəsi və qiymətlərin material axınlarının hərəkəti istiqamətinin dəyişməsinə, onların həcmnin artıb – azalmasına təsir dərəcəsini mütləq nəzərə almalıdırlar.

Təminədiçi logistik funksiyalara aşağıdakılar aid edilir:

- məhsulların anbarlaşdırılması;
- nəql ediləcək yüklərin emal olunması;
- yüklərin ətraf mühitin təsirindən qorunmaq üçün qablaşdırılması;
- artıq, yararsız və istifadə olunmayan məhsulların geri qaytarılmasının təmin edilməsi;
- istehsal yerlərindəki texnoloji avadanlıqların ehtiyat hissələri ilə təmin edilməsi;
- servis xidmətinin göstərilməsi;
- geri qaytarılan istehsal tullantılarının tədarükəti və qəbul edilməsi;
- informasiya – kompyüter təminatı

Anbar təsərrüfatının idarə edilməsi. Anbar tədarükət bazarından əldə edilən və nəqliyyat vasitələrinin köməyi ilə istehsal yerlərinə çatdırılan əmək məhsullarının müvəqqəti yerləşdirildiyi, saxlanıldığı və istehsal istehlakına hazırlanmasını həyata keçirən, başqa sözlə material ehtiyatlarını başqa formaya salan yer, bina, qurğu, tikinti və s. təsərrüfat sahəsidir.

Anbarlaşdırma xammal, material və hazır məhsul ehtiyatlarının idarə edilməsi məqsədilə materialların saxlanması üçün açıq meydançaların qurulması, məhsul nomenklaturaları üzrə ehtiyatların ixtisaslaşdırılmış anbarlarda yerləşdirilməsi və saxlanması işinin planlaşdırılması və təşkili, yükləmə və boşaltma, nəqləmə və sortlaşdırma zonalarının layihələndirilməsi, yükləmə – boşaltma və digər anbar avadanlıqlarının seçilməsi kimi məsələlərin həll edilməsini

nəzərdə tutan logistik funksiyaları özündə birləşdirir.

Logistik sistemin effektivliyi təkcə istehsal və nəql etmə proseslərinin təkmilləşdirilməsi və ya intensivliyinin artırılmasından deyil, eyni zamanda anbar təsərrüfatının bazar iqtisadiyyatının prinsipləri çərçivəsində təşkil edilməsindən də əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Anbar təsərrüfatı hazır məhsulları, xammal və materialları tələb olunan keyfiyyətdə saxlayır, istehsal prosesinin normal gedişini təmin edir və ahəngdarlığını artırır, nəqliyyat vasitələrinin optimal yüklənməsini təmin edir, nəqliyyat vasitələrində boş dayanmaları aradan qaldırır və nəqliyyat xərclərini azaldır, əsas istehsal üçün lazım olan işçi heyətini qeyri - məhsuldar yükləmə – boşaltma işlərindən azad edir və müəssisənin yerləşdiyi ərazindən səmərəli istifadə olunmasına şərait yaradır. Qeyd etmək lazımdır ki, anbarlar yük axınlarını qəbul edilən məhsulların kəmiyyəti, tərkibi, fiziki xassələri və göndərilmə müddətlərinə uyğun olaraq dəyişdirilməsini həyata keçirir. Buna görə də ixtiyari istehsal – satış sferasına xidmət edən anbarlar məhsul partiyalarını bir parametrlə qəbul edib (ölçü, keyfiyyət və zaman) istehlakçılara lazım olan digər – emal və təkrar emal, tədarükat, sortlaşdırma və dəstləşdirmə kimi müəyyən parametrlərə uyğun anbar buraxılışını təmin edir. Daha doğrusu, müasir anbarlar material axınlarının daxil olması tempi ilə xarakteri arasında uyğunsuzluğun aradan qaldırılmasına xidmət edir.

Nəql ediləcək yüklərin emal edilməsi bir qayda olaraq anbarlaşdırma funksiyası ilə paralel olaraq həyata keçirilir və ehtiyatların yaradılması və onların səviyyəsinə nəzarət funksiyasının yerinə yetirilməsini təmin edir. Yüklərin emal edilməsini nəzərdə tutan sadə logistik əməliyyatlar material resursları və hazır məhsulların anbarlar üzrə paylaşdırılması və bu anbarlarda onların qəfəslərə yerləşdirilməsindən ibarətdir. Qeyd edilən kompleks logistik funksiya adətən anbarlar üzrə yüklərin yerləşdirilməsinin təşkili üçün zəruri olan texnoloji avadanlıqların seçilməsi, sortlaşdırma proce-

durunun təşkili, sifarişlərin yerinə yetirilməsi üçün yüklərin komplektləşdirilməsi və nəqli, anbar yük dövriyyəsinin optimal həcmnin müəyyənləşdirilməsilə əlaqədardır. Adətən, bu təminedicə funksiya məhsulların müxtəlif səviyyəli bölgü kanalları üzrə optimal bölüşdürülməsi və satış şəbəkələrinin təchizatı zamanı konsolidasiya mərkəzlərində yük vahidlərinin məhsul və nəqliyyatın uçot – müqavilə vahidlərinə (UMV) uyğunluğunu həyata keçirir.

Hazır məhsulların texniki – iqtisadi parametrlərində dəyişiklik aparmadan müxtəlif nəqliyyat vasitələrinin köməyilə istehlakçılara tələb olunan səviyyədə çatdırılması və istehlakçı tələbinin dolğun ödənilməsi üçün bu məhsulların ətraf mühitin təsirindən mühafizə edən qablaşdırma mühüm əhəmiyyətə malikdir. Başqa sözlə, qablaşdırmaya marketing aspektindən yanaşdıqda o, istehlakçı zövqünü oxşamaqla bərabər istehsal olunan hazır məhsulların əmtəlik görkəmləri və cəlbediciliyi, daha doğrusu qablaşdırma forması bu məhsullara tələbat paketini formalaşdırır. Hazır məhsulların logistik dövrdə fiziki bölüşdürülməsi zamanı standart ölçülü qablaşdırıcı taralardan istifadə olunması seçilən nəqliyyat vasitələrinin yük tutumu və eyni ölçülü taraların təsərrüfat dövriyyəsinə təkrar cəlb edilməsi, eləcə də anbar sahələrinin texniki parametrləri və yük emal edən avadanlıqlar hesabına logistik xərclərin azaldılmasına imkan verir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi müdafiə edici logistik funksiyalara hər hansı ixtiyari səbəbə görə istehlakçıların tələbini ödəməyən və ya zamanətli xidmət müddətini keçməyən məhsulların geri qaytarılması proseduru da aid edilir. Servis xidmətinin təşkili, avadanlıqların təmiri və istehlakçıların ehtiyat hissələrilə təmin edilməsi, məhsulların istehsalçı müəssisələrə geri qaytarılması proseduru satışdan sonrakı servis xidməti sistemini təşkil edir və əksər hallarda açar logistik funksiyalara aid edilir.

Hazır məhsulun istehsalı, satışı və istismarı zamanı təkrar material resurslarını təşkil edən istehsal (geri qaytarı-

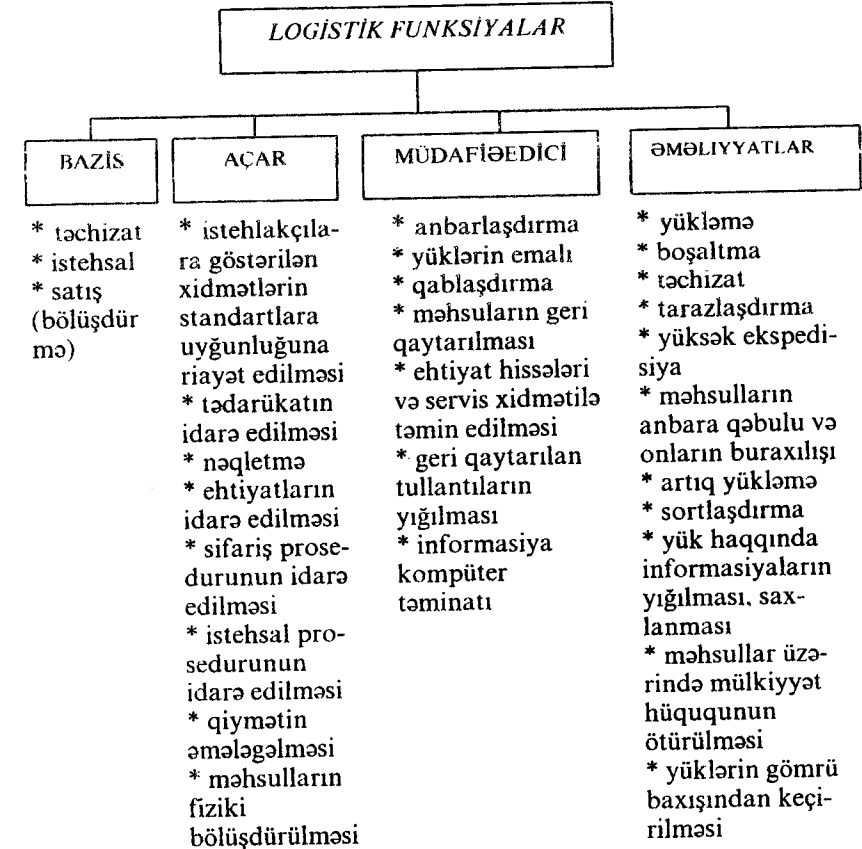
lan və qaytarılmayan) və istehlak (istehsal və şəxsi) tullantıları yaranır. Mövcud iqtisadi şəraitdə bəzi növ material resurslarının qıt olması və onların əldə edilməsinin makrosəviyyədə ölkə iqtisadiyyatına baha başa gəlməsi bütün təsərrüfat subyektlərini məcbur edir ki, təkrar material resursları spesifik növ material axınları yaratdıqlarından və onların təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi sosial - iqtisadi və ekoloji cəhətdən ümumbəşəri xarakter daşdığından belə növ resursların da idarə edilməsini logistikanın tədqiqat obyektinə aid etsinlər. Daha doğrusu, logistik menecmentlər firma səviyyəsində xammal, material və hazır məhsul axınlarına necə logistik yanaşırlarsa məhz, material resurslarının ayrılmaz tərkib hissəsi hesab olunan böyük həcmli təkrar material resurslarına və onların idarə edilməsinə də logistik konsepsiyalar nöqtəyi - nəzərindən baxmalıdırlar.

Müasir və mürəkkəb logistik sistemlər informasiya - kompyüter texnologiyasının tətbiqi olmadan fəaliyyət göstərə bilməz. İstənilən logistik sistem informasiyalar əsasında idarə edilir. İnformasiya logistik sistem daxilində baş verən logistik əməliyyatlar üzərində idarəetmə və nəzarət funksiyalarını yerinə yetirməklə logistik sistemin daxili və xarici mühiti arasında əlaqələri təşkil edir. Material və informasiya axınları haqqında informasiyaların elektron işlənməsi, məhsulların hərəkətinin təşkili zamanı sənəd dövriyyəsinin avtomatlaşdırılması, təchizat, istehsal və satış zamanı material axınlarının kompyüter vasitəsilə planlaşdırılması, təşkili, tənzimlənməsi, uçotu, nəzarət və təhlili və s. logistikanın müasir integrativ konsepsiyasının reallaşdırılmasına şərait yaradır. Material resurslarının logistik dövrünün istənilən vəsiləsində normal axınını təşkil və idarə edən informasiya kompyüter texnologiyası praktiki olaraq həm makro, həm də mikro səviyyədə bütün logistik fəaliyyət zamanı geniş istifadə olunur.

Qeyd edilən logistik funksiyalar baxımından müasir biznesdə material və xidmət axınları, hebelə onlarla əlaqə-

dar olan informasiya və maliyyə axınları üzərində mümkün əməliyyatların aparılması baxımından əsas hesab olunur (nəzərə almaq lazımdır ki, perspektiv planda çoxçeşidli və geniş spektrli digər logistik funksiyalar da mövcuddur).

Logistik əməliyyatların və funksiyaların təsnifat sxemi şəkil 4.1 - də verilmişdir.



Şəkil 4.1. Logistik funksiyaların təsnifat sxemi

Yuxarıda qeyd olunanlara əlavə olaraq şəkil 4.1 -də

məhsulların fiziki bölüşdürülməsi açar logistik funksiya kimi göstərilmişdir. Qərb ölkələrində logistika sahəsində mövcud olan iqtisadi ədəbiyyatlarda hələ də bu kompleks logistik funksiya haqqında mülahizələr davam etməkdədir. Bir sıra xarici mütəxəssislər fiziki bölüşdürməni logistikanın sinonimi kimi hesab edir, digərləri onu məhsulların «distribyusiyası» anlayışı ilə əvəzləyirlər. Fikrimizcə bu hər şeydən əvvəl logistik konsepsiyanın təkamülü ilə əlaqədardır. Belə ki, 1950 və 1970 – ci illərin ortalarına qədər qərb ədəbiyyatlarında mahiyyət etibarını ilə «fiziki bölüşdürmə» anlayışı «logistika» anlayışı kimi istifadə edilmiş və anlaşılan mənada məhsul ötürən strukturlarda və ticarət vasitəçilərində hazır məhsulun idarə edilməsini – menecmentini özündə əks etdirirdi. Qərb tədqiqatçılarının bu sahədə gəldikləri ümumi nəticələri təhlil etmədən və bu araşdırmalara heç bir xələl gətirmədən fiziki bölüşdürməyə aşağıdakı kimi anlayış verə bilərik: fiziki bölüşdürmə məhsulların distribyusiyasının tərkib hissəsi olmaqla məhsul ötürən strukturlarda və ticarət vasitəçilərində hazır məhsulların fiziki yerləşdirilməsi və saxlanması ilə əlaqədar bütün logistik əməliyyatları özündə birləşdirən kompleks logistik funksiyadır.

Logistik əməliyyatlar və funksiyalar başlanğıc şərtlər, xarici mühitin parametrləri, alternativ strategiya və məqsəd funksiyasının xarakteristikası kimi verilə bilər. Bu baxımdan logistik əməliyyatlar və funksiyaların həcmi təyin etmək üçün firma və şirkətlər bir sıra amillərdən, o cümlədən istehsalın təşkili səviyyəsindən asılı olaraq xarici, sexlərarası, sahələrarası, əməliyyatlararası, anbardaxili və s. növlü material axınlarını nəzərə almalıdırlar. Logistik əməliyyatların və funksiyaların həcminə təsir edən amillər aşağıdakı təsnifat əlamətlərinə görə qruplaşdırılır:

1. Sahə mənsubiyyətli amillər:

- firmalar (müəssisələr) tərəfindən istehlak edilən xammal, material və dəstləşdirici məmulatlar, habelə hazır məhsulların nomenklaturası, ölçüləri və kütləsi;

- məhsulgöndərənlərin sayı;
- hazır məhsul istehlakçılarının regional, milli və beynəlxal bazarlar üzrə sayı;
- firmadan kənar məhsuldaşımaların təşkilinin mövcud sistemi (mərkəzləşdirilmiş və qeyri mərkəzləşdirilmiş daşımalar, firma və ya onun əməkdaşlıq etdiyi şirkətlər tərəfindən daşımalar, aktiv daşımalar);
- kompleks logistik əməliyyatların təkmilləşdirilməsi üzrə layihələrin hazırlanmasını həyata keçirən layihə – texnoloji təşkilatların varlığı;
- material resurslarının kompleks göndərilməsilə məşğul olan logistik vasitəçi strukturların (firmaların) mövcudluğu;
- istehsalçı firma (müəssisə) üçün innovasiya siyasətini həyata keçirən müəssisələrin mövcudluğu.

2. Regional xarakterli amillər:

- regionda məhsulgöndərənlərlə məhsul istehlakçıları arasında işgüzar əlaqələrin fəaliyyət göstərən sistemi (vasitəsiz, regionda və ya ondan kənarında fəaliyyətdə olan topdansatış vasitəçiləri);
- regiondaxili məhsul daşımalarını həyata keçirən ixtisaslaşmış müəssisələr, yükləmə – boşaltma, anbar – nəqliyyat işlərini yerinə yetirən standart mexanikləşdirmə vasitələrinin hazırlanması və təmiri üzrə ixtisaslaşmış müəssisələr.

3. İstehsaldaxili amillər:

- hazır məhsulların parametrləri (ölçüləri və kütləsi);
- hazır məhsul buraxılışının həcmi;
- istehsalın tipi (kiçik və iri seriyalı, kütləvi və vahid nümunələr əsasında);
- istehsalın təşkili formaları (texnoloji, predmet və hissələr üzrə ixtisaslaşmış);
- müəssisənin baş planı;

- texnoloji avadanlıqların dəstləşdirilməsi (komplektləşdirilməsi);
- istehsal və anbar sahələrinin tikinti konstruktor xüsusiyyətləri.

Konseptual baxımdan logistik funksiyaları sistem yaradan, integrativ, tənzimləyici və nəticələndirici funksiyalar kimi qruplaşdırmaq mümkündür.

Sistem yaradıcı funksiya. Logistika material, informasiya və maliyyə resurslarının idarə edilməsi prosesini tam təmin edən effektiv texnologiyalar sistemini özündə birləşdirir. Dar mənada logistika sözü bazara və bazarda malyeridilişinin idarə edilməsi sistemindən (təsərrüfat əlaqələrinin formalaşması, məhsulların anbarlaşdırılan sahələr üzrə yerləşdirilməsinin təşkili, istehsal və əmtəlik məhsul ehtiyatının formalaşdırılması və tənzimlənməsi, anbar təsərrüfatının təşkili və inkişafı) ibarətdir. Öz – özlüyündə aydındır ki, sadalanan bu alt sistemlərin hər biri tamın hissələri olduqlarından logistik sistemin iqtisadi səmərəliliyini artırmaq, logistik xərcləri azaltmaq, hazır məhsulların yalnız və yalnız istehlakçı bazarına yönəldiyi müasir iqtisadi şəraitdə onların bütün tələbini dolğun ödəmək baxımından sistem yaradan funksiyalar kimi xarakterizə olunurlar.

Geniş mənada logistika aşkar edilmiş bazar tələbinin ödənilməsinə yönələn fəaliyyət sahəsi olduğundan hər bir istehlakçının keyfiyyətli hazır məhsullarla təmin edilməsi məqsədinə xidmət göstərir. Bununla əlaqədar hazır məhsulun istehsalına lazım olan bu və ya digər ünsürlərin (material ünsürlərinin) miqdarının və əldə edilməsi üçün tədarükat bazarının (metodlarının) müəyyənləşdirilməsi, potensial məhsulqöndərənlərin seçilməsi, material resurslarının nəqli, anbarlaşdırılması, ehtiyat formasında saxlanması, istehsalın təşkili, əmtəlik məhsulların anbarlaşdırılması və malyeridilişi kanalları üzrə fiziki bölüşdürülməsi mərhələsinə qədər hər bir element sistem yaradıcı kimi çıxış edir. Logistik sistemi bu elementlərsiz təsəvvür etmək qeyri – mümkündür.

Aydındır ki, bir-birilə qarşılıqlı fəaliyyətdə olan bu elementlərdən hər biri logistik sistemdən kənarında müstəqil sistem yaratmaq qabiliyyətinə malikdir.

İntegrativ funksiya. Logistika istehsal–texniki təyinatlı məhsullar (istehsal vasitələri) və xalq istehlakı malları bazarına istiqamətlənmiş məhsulların nəql edilməsi (daşınması), anbarlaşdırılması, saxlanması və məhsulların fiziki bölüşdürülməsi, satışı və s. bu kimi proseslərin üzvi əlaqələndirilməsi, hər bir logistik mərhələnin (dövrənin) iqtisadi maraqları nəzərə alınmaq şərtilə bu proseslərin ahəngdar (sinxron) yerinə yetirilməsi və istehlakçılara vasitəçilik xidmətlərinin göstərilməsini təmin edir. Bu missiyanın həyata keçirilməsi üçün o, logistik sistem daxilində vasitəçilik funksiyasını icra edən hüquqi və fiziki şəxslərin iqtisadi maraqlarının uzlaşdırılmasına çalışır. İqtisadi mənafe birliyi sistem yaradıcı elementlərin hər birinin, o cümlədən özündən əvvəl və ya sonra gələn elementin – iştirakçının marağının nəzərə alındığı bir şəraitdə təmin edilir. Buna görə də ümumi logistik dövrənin ayrı–ayrı həlqələrində yerinə yetirilən əməliyyatlar bir–birilə üzvi bağlılıq təşkil etdiyindən təbiidir ki, onlar logistik tələbatın zəruri vaxt çərçivəsində, az məsrəflərlə lazımi yerlərdə ödənilməsinə xidmət göstərir. Məhz bu baxımdan logistika qeyd olunan funksiyaları icra etməklə lokal ekstremumlardan ümumi optimuma keçidin reallaşdırılması məqsədini daşıyır.

Tənzimləyici funksiya. Material və onlara bərabər tutulan informasiya və maliyyə axınlarının logistik idarə edilməsi bütün növ iqtisadi resurslara qənaət edilməsi, müxtəlif təşkilatı - iqtisadi səviyyə və sahələrdə canlı və maddiləşmiş əmək məsrəflərinin azaldılmasına yönəldilmişdir. Geniş mənada idarəetmənin təsir gücü logistik sistemlərin ayrı–ayrı mərhələlərində yerinə yetirilən əməliyyatların aparılması mexanizminin elə qurulması və tənzimlənməsindən ibarət olmalıdır ki, bütün fəaliyyət vahid məqsədə–ümumi dövrənin maraqlarının həyata keçirilməsinə tabe

edilsin. Daha doğrusu, ixtiyari alt sistemin resurs potensialı nə qədər çox olarsa o, bir o qədər öz fəaliyyətini logistik sistemin strategiyasına yönəlməlidir. Eyni zamanda onu da nəzərə almaq lazımdır ki, geniş resurs potensialına malik olan alt sistem nə qədər avtonomiyaya – muxtariyyətə malik olarsa təbii ki, bu sistemin özü üçün təhlükə mənbəyinə çevrilə bilər. Buna görə də logistik sistem qarşısında duran vəzifələrin minimum xərclərlə icra edilməsi üçün tənzimləmə funksiyası mahiyyət etibarını ilə istər ümumi, istərsə də ayrı-ayrı elementlərin fəaliyyətini əlaqələndirmək və bu elementlərin fəaliyyətini bütün səviyyələrdə tənzimləməkdən ibarətdir. Logistik elementlərin fəaliyyəti tənzimlənmədikdə onlar ümumi sistemin qeyri-müəyyənlik səviyyəsini yüksəldir və bu sistemin ətraf mühitin intensiv təsirlərinə adekvat reaksiya verə bilmək qabiliyyətinin azalmasına səbəb olur.

Nəticələndirici funksiya. Məlumdur ki, logistik fəaliyyətin məqsədi az xərclərlə xammal, material və dəstləşdirici məmulatları tələb olunan kəmiyyət və keyfiyyətdə əvvəlcədən razılaşdırılmış yerə zəruri vaxtda çatdırmaqdan ibarətdir. Buna görə də logistika bir – birilə qarşılıqlı əlaqədə olan «təchizat – istehsal-bölgü (satış) – istehlak» mərhələlərini tam əhatə etməklə bazar tələbinə müvafiq olaraq material resurslarının hazır məhsula çevrilməsi proseduru özündə birləşdirir. Başqa sözlə, logistik strategiya məhsul istehsalı və marketinq strategiyaları arasında üzvi əlaqə yaradır və əvvəlcədən müəyyənləşdirilmiş tələbin keyfiyyətli məhsul istehsalı hesabına tam və dolğun ödənilməsinə həyata keçirir. Məhz qeyd edilən strateji nəticəyə nail olunması logistikanın sonuncu funksiyasının mahiyyətini müəyyənləşdirir.

Beləliklə, bütün iqtisadi fəaliyyətin logistik idarə edilməsi hər bir konkret fəaliyyət növünün idarə edilməsi üzrə əməliyyatlardan ibarətdir. Bu zaman bir sıra məqsəd funksiyalarının (məsələn, xərclərin minimumlaşdırılması) optimallaşdırılması üçün idarəetmənin həyata keçirilməsi

yalnız yuxarıda qeyd edilən iqtisadi fəaliyyət sahələrinin hər biri üzrə ayrı-ayrılıqda bütün göstəricilərin ümumən pisləşməsinə məsələn, məhsulların istehsalı və bölüşdürülməsinə çəkilən xərclərin artmasına gətirib çıxarır. İdarəetmənin logistik konsepsiyasını təşkil edən sistemli yanaşma prinsipi ilə məsələlərin kompleks təhlili isə idarə edilən sistemin elementləri arasında qarşılıqlı əlaqələri, bu əlaqələrin iqtisadi səmərəliliyini müəyyənləşdirir, idarəetmə strategiyasının hazırlanması üçün firma və kompaniyalara köməklik göstərir. Odur ki, ənənəvi idarəetmə metodlarından fərqli olaraq keyfiyyətli logistik idarəetmə metodları istehsal-satış sistemlərinin yerinə yetirdikləri fəaliyyətin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsini təmin edir və bu yolla yeni texnika və texnologiyaların tətbiqinə şərait yaradır.

4.2. MAKRO VƏ MİKRO İQTİSADI SƏVİYYƏDƏ LOGİSTİKANIN ƏSAS FUNKSİYALARI

Logistikada baş verən iqtisadi hadisə və proseslərə konseptual yanaşma prinsipi təsərrüfat fəaliyyətinin müxtəlif sahələrində (və ya müxtəlif səviyyələrində) mövcud olan material və informasiya axınlarına vahid mövqedən baxılmasına şərait yaradır. Belə bir baxışın qəbul edilmiş səviyyəsi və detallaşdırma dərəcəsindən asılı olaraq əməli praktikada logistik əməliyyatların *makro və mikrologistik səviyyələrini* fərqləndirirlər.

Makrologistik sistem mikrologistik sistemlə müqayisədə böyük sistem olub mülkiyyət forması və tabeçilik əlamətindən asılı olmayaraq təsərrüfat subyektləri arasında mövcud olan və ya əmələ gələn material axınlarının idarə edilməsi sistemidir. Bu sistem vahid məqsədə nail olmaq üçün müxtəlif istehsal və ticarət müəssisələrini, nəqliyyat və vasitəçi firmaları özündə birləşdirir. Makrologistik sistemin köməyiylə birləşən firmalar (müəssisələr) özlərinin ixtisaslaşma dərəcələri, miqyası, mülkiyyət forması, tabeçilik əlamət-

ləri, coğrafi mövqeyi və hətta bu və ya digər dövlətə məxsus olma əlamətlərinə görə fərqlənirlər. Nəticə etibarlı ilə makrologistik sistemlər üçün material resurslarının (hazır məhsulların və dəstləşdirici məmulatların) idxal və ixracatı zamanı meydana çıxacaq gömrük maneələrinin aradan qaldırılması, məhsulların nəql edilməsi və nəqliyyat vasitələrinin seçilməsi, eləcə də sənaye sahələrində məhsul istehsalçıları üçün əlverişli iqtisadi mühiti formalaşdırma bilən bu və ya digər qanunvericilik aktlarının qəbul edilməsi ilə bağlı hüquqi və iqtisadi xarakterli spesifik məsələlər xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Ümumi halda makrologistika aşağıdakı:

- məhsul göndərən və istehlakçı bazarının təhlili;
- istehsal, bölgü və istehlak konsepsiyasının hazırlanması;
- anbarlaşdırmanın strukturunun və anbarların yerləşdirilməsi üçün müvafiq yerlərin seçilməsi;
- nəqliyyat növünün seçilməsi;
- nəql etmə prosesinin optimal təşkili;
- material axınlarının optimal hərəkət istiqamətlərinin təyin edilməsi;
- hazır məhsulun fiziki bölüşdürülməsi və daşınması sxeminin seçilməsi;
- xammal, material, yarımfabrikat və dəstləşdirici məmulatların göndərilməsi üzrə bölüşdürmə məntəqələrinin və konsolidasiya mərkəzlərinin seçilməsi;
- vahid informasiya sistemlərinin yaradılması kimi məsələləri həll etməlidir.

Makrologistikadan fərqli olaraq mikrologistika bir müəssisə və ya firma daxilində iqtisadi fəaliyyəti optimallaşdırmaq üçün material, informasiya və maliyyə axınlarının idarə edilməsi üzrə məsələləri həll edir. Bu mənada mikrologistikanın həll etdiyi məsələlər lokal xarakter daşıyır və bu sistem özü makrologistik sistemin struktur elementi olmaqla onun tərkibində alt sistem kimi fəaliyyət göstərir. Digər tə-

rəfdən mikrologistik sistem istehsal və ya ticarət müəssisələri, eləcə də ərazi istehsal və ticarət kompleksləri çərçivəsində (onun hüdudlarından kənara çıxmamaqla) müstəqil şəkildə yarana və fəaliyyət göstərə bilər. Bu zaman bir müəssisə (firma) daxilində mikrologistik sistemlərin həll etdiyi məsələlərə:

- hazır məhsulun istehsalı üçün zəruri olan xammal və materiallara tələbatın hesablanması və bu növ ehtiyatların səviyyəsinə nəzarət;
- aralıq istehsal ehtiyatları və hazır məhsul istehsalının planlaşdırılması və onların səviyyələrinə nəzarət;
- sənaye müəssisələrində istehsal prosesinə lazım olan xammal və materialların sevlərarası və sexdaxili anbarlarda zəruri kəmiyyətdə və vaxtda yerləşdirilməsi;
- hazır məhsul satışının planlaşdırılması və idarə edilməsi;
- firma və ya müəssisə üçün əlverişli bölgü kanallarının seçilməsi;
- anbar – nəqliyyat və yükləmə boşaltma işlərinin yerinə yetirilməsinin idarə edilməsi və s. aid edilir.

Yerinə yetirdikləri məsələlərin müxtəlifliyi ilə yanaşı makro və mikrologistik sistemlər arasında nəzarət etdikləri obyektlər baxımından bir sıra əsaslı fərqlər də mövcuddur.

Makrologistika tərəfindən nəzarət edilən obyektlər hüquqi baxımdan müstəqil fəaliyyət göstərən və heç bir təbəçilik mənsubiyyəti daşımayan müəssisə və firmalardır. Bu müəssisələr arasında qarşılıqlı təsərrüfat fəaliyyəti əmtəə pul münasibətlərinə əsaslanır və hüquqi gücə malik müvafiq müqavilə və ya kontraktlarla tənzimlənir.

Mikrologistika tərəfindən nəzarət edilən obyektlər isə bir müəssisə və ya firmanın rəhbərliyinə tabe olan funksional xidmət və quruluş bölmələri hesab edilir. Firma və müəssisənin bu struktur bölmələri arasında qarşılıqlı əlaqələr əmtəə pul münasibətləri olmadığından mövcud münasi-

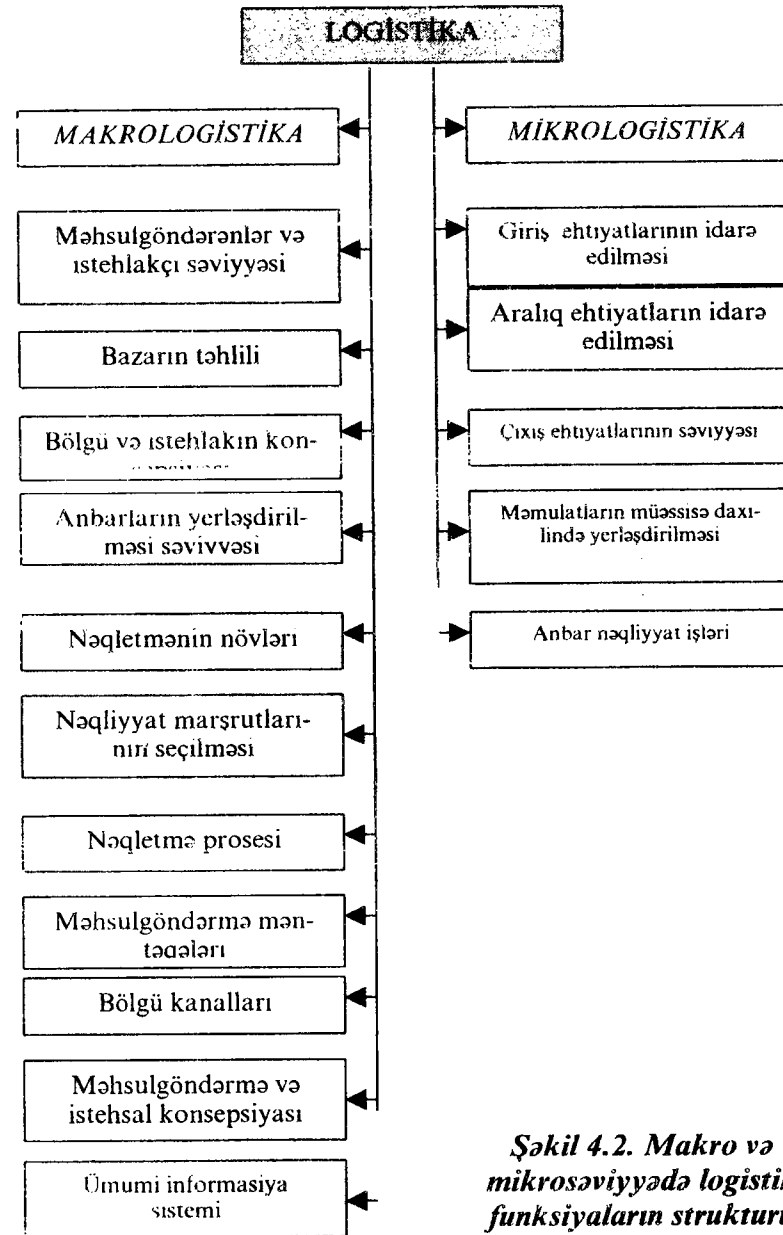
bətlər inzibati qaydada tənzimlənilir. Bir qayda olaraq belə inzibatçılığı firmanın (müəssisənin) menecmenti və ya ali idarəetmə orqanı həyata keçirir. Mikrologistika şəraitində firmanın (müəssisənin) struktur bölmələrində inzibati tənzimləmənin həyata keçirilməsi və yaxud onlara iqtisadi təzyiqlərin göstərilməsi yalnız və yalnız bu təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi fəaliyyətlərinin yaxşılaşdırılmasının təmin edilməsi məqsədinə xidmət etməlidir.

Makro və mikrologistikanın yerinə yetirdikləri funksiyalar sxematik olaraq şəkil 4.2 - də verilmişdir.

İstər makro, istərsə də mikro səviyyədə müasir logistikanın iki qrup funksiyalarını fərqləndirirlər: *əməli (operativ) və əlaqələndirmə (koordinasiya)*. Qeyd olunan bu iki funksiyayı daha müfəssəl formada nəzərdən keçirək.

Əməli funksiya istehsal yerlərinin xammal, material və ya dəstləşdirici məmulatlarla təchiz edilməsi, məhsul istehsalı və hazır məhsulların təyinatı üzrə bölüşdürülməsi sferasında konkret əməliyyatların yerinə yetirilməsilə əlaqədardır. Belə funksiyalara:

- xammal, material və dəstləşdirici məmulatların məhsulgöndərənlərdən istehsal yerləri və ticarət anbarlarına istiqamətlənmiş hərəkətinin idarə edilməsi;
- istehsal prosesinin bütün mərhələləri üzrə yarımfabrikatların hərəkətinə nəzarət etmək yolu ilə istehsal ehtiyatlarının səviyyəsinin idarə edilməsi;
- topdansaş ticarətini həyata keçirən vasitəçi firmaların (müəssisələrin) anbarlarında hazır məhsulların yerləşdirilməsinin təşkili;
- topdansaş anbarlarından hazır məhsulların müxtəlif təyinatlı satış bazarlarına hərəkətinin idarə edilməsi;
- alıcılara son məhsulların hərəkətinin təşkili və idarə edilməsi aid edilir.



Şəkil 4.2. Makro və mikrosəviyyədə logistik funksiyaların strukturu

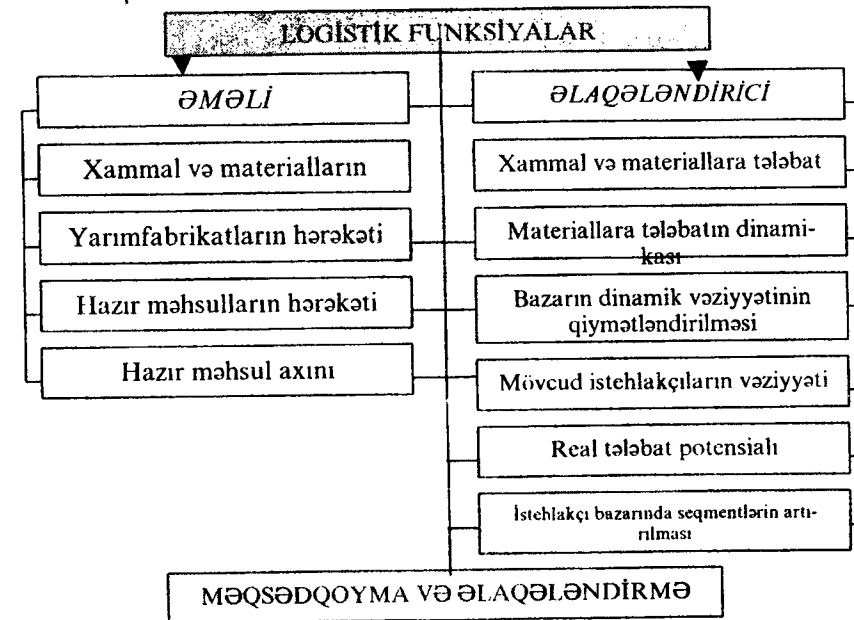
Konkret əməliyyatların icra edilməsilə əlaqədar idarəetmənin qeyd edilən bu funksiyaları ənənəvi idarəetmə prinsipləri baxımından praktiki olaraq tam şəkildə yerinə yetirilmiş və bu gün də yerinə yetirilir. İdarə edilən obyektlərin vəziyyətinə nəzarət metodları və bu metodların reallaşdırılması üçün zəruri olan texniki vasitələr logistikanın konsepsiyasının meydana gəlməsi və tətbiq edilməsi imkanlarından asılı olmayaraq uzun illərdir ki, istifadə edilir. Lakin, nəzərə almaq lazımdır ki, logistika geniş mənada firmaların (müəssisələrin) ayrı-ayrı konkret funksional bölmələrini, eləcə də fiziki şəxsləri material axınlarının idarə edilməsilə əlaqədar xüsusi əməliyyatların icrası üçün «kollektiv işləməyə» məcbur edir. Başqa sözlə, ayrı-ayrı logistik məqsədlər (istehsal, bölgü, ehtiyatların idarə edilməsi, anbarlaşdırma, nəqli, informasiya və s) ümumi logistik məqsədə (material, informasiya və maliyyə axınlarının səmərəli hərəkəti üçün yeni əlverişli istiqamətlərin axtarılması) və onlara nail olunması nəticəsində əldə edilən effektivlik meyarları isə ümumi logistik dövrənin effektivliyinin yüksəldilməsinə xidmət etməlidir. Bundan başqa cari nəzarət işinin həyata keçirilməsi üçün konkret logistik əməliyyatların icra edilib edilməməsinə xarakterizə edən məlumatları logistik dövrənin bütün mərhələlərində baş verən proseslərin ümumi dinamikası ilə müqayisə etmək lazımdır.

Beləliklə, logistik konsepsiyanın (idarəetmənin) əməli funksiyası əlaqələndirmə funksiyası ilə tamamlanmalıdır. Əlaqələndirici funksiya isə özünə əsasən aşağıdakı:

- firmanın (müəssisənin) fəaliyyət göstərdiyi məqsəd bazarının təhlili;
- ayrı-ayrı istehsal bölmələri üçün material resurslarına tələbatın müəyyənləşdirilməsi və onların ödənilməsi mənbələrinin iqtisadi baxımdan təhlili;
- istehsal prosesində baş verən dəyişikliklərdən asılı olaraq material resurslarına tələbatın dəyişməsi dinamikasının müəyyənləşdirilməsi;

- bazarda baş verə biləcək dəyişikliklərin proqnozlaşdırılması;
- istehlakçıların faktiki vəziyyəti və mövcud (cari) tələblərində baş verə biləcək potensial dəyişikliklər haqqında informasiyaların toplanması və təhlili;
- satış bazarı və ya bazar segmentinin genişləndirilməsi imkanlarının təhlili və proqnozlaşdırılması kimi məsələləri birləşdirir.

Logistik idarəetmə üçün əsas xarakterik cəhət ondan ibarətdir ki, qoyulmuş məqsədlərə nail olunması üçün effektivlik meyarlarının seçilməsi və bazar mühitinin tələbi ilə firma və şirkətlərin yerinə yetirdikləri konkret əməliyyatlar arasında operativ əlaqələrin təşkili mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Logistik funksiyaların ümumi quruluşu şəkil 4.3-də verilmişdir.



Şəkil 4.3. Logistikanın ümumi funksiyaları

Logistik funksiyalarının əksər hissəsi istehlakçı bazarında baş verən dəyişikliklərə və ya müxtəlif vəziyyətlərin yaranmasına baxmayaraq müəssisə və ya firmaların texniki təşkilatı və sair imkanlarının mövcudluğu nöqtəyi - nəzərdən dəyişilməzdir. Lakin bu funksiyaların xarakteri, intensivliyi, əhəmiyyəti və biri – birinə qarşılıqlı təsiretmə dərəcəsi istehlakçılardan daxil olan sifarişlərin növündən və bu sifarişlərin ödənilməsi metod və üsullarından asılıdır. Bu baxımdan ümumi şəkildə istehsal - bölgü prosesləri üç kateqoriyaya bölünür:

- təkrarlanan (dövri) istehsal prosesləri;
- hər bir nomenklaturadan böyük həcmdə məmulat istehsalı (və ya məhsulun göndərilməsi) prosesi;
- hər bir nomenklaturadan kiçik həcmdə məmulat istehsalı (və ya məhsulun göndərilməsi) prosesi.

Birinci kateqoriyaya tipik nümunə kimi podşipnik, elektrik mühərrikləri, tibbi avadanlıqları, müxtəlif həcmli içki məhsulları istehsalını və s. göstərmək olar.

4.3. LOGİSTİK MİSSİYA VƏ ƏTRAF MÜHİT

Bazar subyektlərinin təsərrüfat həyatında logistikanın vəzifələri firmaların biznes üzrə strateji məqsədləri baxımından müəyyənləşdirilir. Buna görə də qərb ölkələrində məhsul satışı (xidmət) bazarında müəssisələrin fəaliyyət fəlsəfəsini müəyyənləşdirə bilən «missiya» anlayışından istifadə edilir. Firmanın missiyasının müəyyənləşdirilməsində onun menecerinin əsas vəzifəsi: müasir iqtisadi şəraitdə firmanın ayrı - ayrı bazar subyektləri arasında xüsusi çəkisi necədir və «bu firma nə istəyir və hansı inkişaf istiqamətlərini özü üçün əsas hesab edir?» kimi suallara cavab axtarmaqdan ibarət olmalıdır.

Ümumiyyətlə, **missiya dedikdə – firmanın uzunmüddətli strateji məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirən və bu əsasda qərarlar qəbul edən ilkin baza və ya başlanğıc nöqtə başa**

düşülür. Bazar münasibətlərinin inkişaf etdiyi müasir iqtisadi şəraitdə əksər firmaların (və ya müəssisələrin) missiyası rəqabət əsasında istehlakçıların yüksək keyfiyyətli məhsullara və ya xidmətlərə olan tələblərini maksimum dolğun ödəməkdən ibarətdir. Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya əlaqələrinin bugünkü inkişaf səviyyəsi belə bir nəticəyə gəlməyə imkan verir ki, istehlakçılar aşağı qiymətlərə malik yüksək keyfiyyətli məhsulların alınması və xidmətlərin göstərilməsi, tədarükat üzrə sifarişlərə çevik reaksiyanın verilməsi, məhsulların əldə edilməsi və istifadəsi zamanı bu və ya digər iqtisadi maneələrin olmamasını tələb edirlər. Buna görə də istehlakçı firmalar (müəssisələr) bir qayda olaraq yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal edən və ya tələb olunan standartlar çərçivəsində servis xidmətləri göstərən firmaları (müəssisələr) təkcə bu nöqtəyi - nəzərdən deyil, eyni zamanda kiçik partiyalarla hazır məhsulları vaxtı - vaxtında istehlak yerlərinə çatdırılması qabiliyyətinə görə də qiymətləndirirlər.

Logistikanın malik olduğu elmi-nəzəri və praktiki potensial firmanın missiyası çərçivəsində strateji məqsədlərin həyata keçirilməsinə şərait yaratmalıdır. Məhz bu baxımdan inkişaf etmiş xarici ölkələrdə logistik missiyaları marketing miksində uyğun olaraq logistik miks və ya «**yeddi R**» adlandırılır: «ensuring the availability of the right product, in the right quantity and the right condition, at the right place, at the right time, for the right customer, at the right cost». Qeyd edilən miksə mahiyyəti az məsrəflərlə konkret istehlakçının müəyyən edilmiş vaxtda və lazımı yerdə tələb olunan keyfiyyətdə və verilən kəmiyyətdə zəruri məhsullarla təmin edilməsindən ibarətdir.

«**Yeddi R**» qaydalarında logistik missiyanın keyfiyyət, vaxt və məsrəf kimi əsas cəhətləri əks edilmişdir. Rəqabətə əsaslanan bazar iqtisadiyyatı şəraitində göstərilən bu cəhətlər böyük logistik əhəmiyyət daşıdıqlarından belə bir şəraitdə fəaliyyət göstərən firmalar (müəssisələr) özlərinin logistik missiyalarını hazırlayan zaman marketing və məhsul is-

tehsalı ilə əlaqədar ümumi strategiyayı bu missiyaya uyğunlaşdırmalıdır. Bu zaman firmanın (müəssisənin) missiyası əsasında müəyyənləşən logistikanın məqsədi isə təsərrüfat fəaliyyətinin ümumi nəticələri üzrə yüksək nailiyyət əldə etmək üçün material və maliyyə axınlarının optimal idarə edilməsindən ibarətdir.

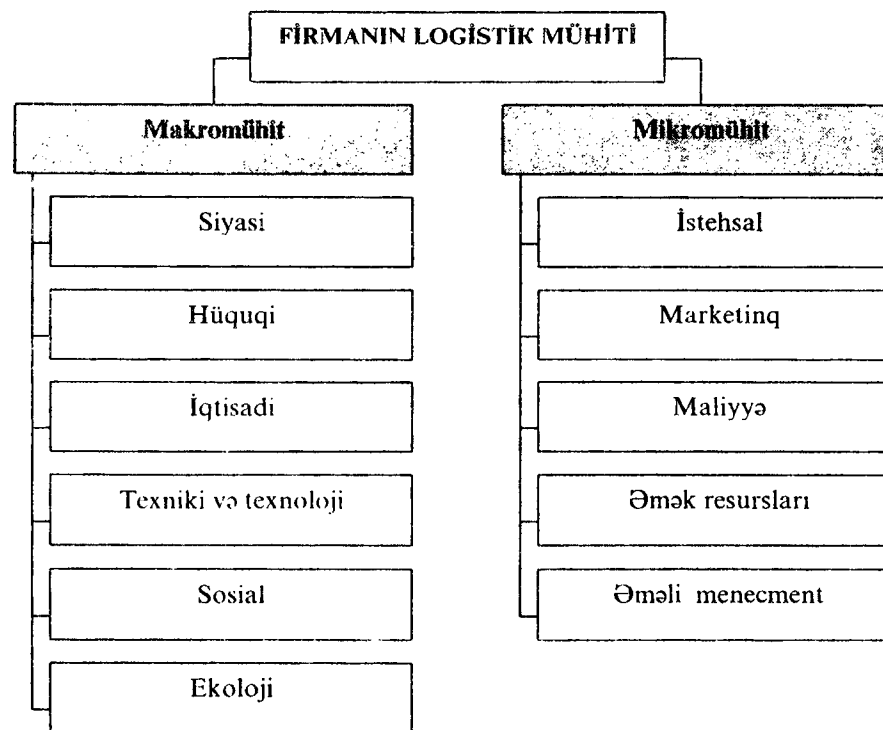
Firmaların logistik missiyasının müəyyənləşdirilməməsi və ya bu missiya əsasında mövcud logistik strategiyaların hazırlanmaması onları özlərinin iqtisadi cəhətdən perspektiv gələcəklərini aydın təsəvvür etməyən və bazarda baş verən dinamik dəyişikliklərə gec reaksiya verən müşahidəçiyə çevirir. Logistik missiya istehlakçı firmaları (müəssisələri) yüksək keyfiyyətli və rəqabət qabiliyyətli hazır məhsullarla (xidmətlərlə), istehsal yerlərini isə tələb olunan material resursları, habelə hazır məhsul istehsalı və satışı, marketing və idarəetmə fəaliyyəti ilə bağlı integrativ strategiyalarla təmin edir.

Logistikanın istər istehsalçı, istərsə də istehlakçı firmaların (müəssisələrin) təsərrüfat həyatında yeri və rolunun dəqiq müəyyənləşdirilməsi üçün onun makro (xarici) və mikro (daxili) mühitinə nəzər yetirilməlidir. Logistikanın daxili və xarici mühitinə təsir edən amillər şəkil 4.4 -də göstərilmişdir.

Firmanın makrologistik (xarici) mühitinə aid edilən amilləri iriləşdirilmiş formada siyasi, iqtisadi, hüquqi, texniki, sosial və ekoloji amillər kimi təsnifləşdirmək mümkündür. Siyasi amil logistik firmanın fəaliyyət göstərdiyi ölkədə və ya onun hüdudlarından kənarında siyasi vəziyyəti əks etdirməklə strateji baxımdan biznesin, xüsusilə idxal – ixrac əməliyyatları, investisiya və maliyyə siyasəti, məhsulların fiziki bölüşdürülməsi sahəsində əməli fəaliyyətin genişləndirilməsi (və ya spektrinin azaldılması) üzrə strateji qərarların hazırlanması və qəbul edilməsinə təsir göstərir. Bir qayda olaraq siyasi amillərə:

- istehsalın ixrac yönümlülüğü;

- siyasi sabitlik;
- idxal yönümlü məhsulların alınması imkanları;
- xarici ticarətin həyata keçirilməsi zamanı valyuta məhdudluğu;
- dövlət aparatı və onun quruluşu;
- ölkə daxilində və onun hüdudlarından kənarında logistik fəaliyyət göstərən firma və şirkətlər üçün normativ hüquqi bazanın formalaşdırılması aid edilir.



Şəkil 4.4. Logistikaya təsir edən amillər

Qeyd olunan siyasi amillərin hər biri bilavasitə xarici ticarətdə material axınlarının idarə edilməsini, başqa sözlə

bu axınların mövcudluğu və təşkilini öz təsir dairəsində saxlayır

İqtisadi amillər mürəkkəb xarakterli logistik əməliyyatların həyata keçirilməsində çox böyük əhəmiyyət daşıdığından xüsusi olaraq:

- makroiqtisadi göstəricilərə və indikatorlara bölünməklə ölkə iqtisadiyyatı səviyyəsində (ölkənin təsərrüfat quruluşu və iqtisadi inkişafı, məcmu milli məhsulun orta artım tempi, sənaye istehsalının inkişaf tempi, ölkədə mövcud inflyasiyanın tempi, qiymətlərin səviyyəsi, işsizliyin səviyyəsi, cari gəlirlərin səviyyəsi və bölüşdürülməsi istiqamətləri, maliyyə – kredit və gömrük siyasəti, kredit almaq imkanlarının mövcudluğu);

- sahə və regional səviyyədə (iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin inkişaf tempi, istehsalda struktur dəyişikliklərinin aparılması dinamikası, region və sahələrdə investisiya siyasəti, əmək məhsuldarlığının sahələr üzrə dinamikası və s.);

- istehsal amilləri (əmək bazarı, kapital, torpaqdan istifadə) bazarı, maliyyə bazarı və bank sistemi nöqtəyi – nəzərindən, son məhsul və xidmətlər bazarında tələb və təklifin səviyyəsi və onun təhlili, eləcə də mümkün rəqabətin təhlil edilməsi və s. baxımından yanaşmaq daha məqsədə uyğun hesab olunur.

Hüquqi amillər ölkənin qanunvericilik normaları əsasında müəyyənləşir. Ölkəmizdə logistikanın əsas hüquqi bazasını Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası və ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik aktları, o cümlədən mülki və gömrük məəcəlləsi, banklar, müəssisələr, sahibkarlıq fəaliyyəti, qiymətli kağızlar və birja fəaliyyəti haqqında qanunlar toplusu təşkil edir. Bir qayda olaraq hüquqi mühit mövcud qanunlara riayət edilməsi sahəsində dövlət tərəfindən qoyulmuş nəzarət sistemini və istehlakçıların hüquqlarını müdafiə edən müxtəlif ictimai təşkilatların (birliklərin) yaradılmasını və onların fəaliyyət prinsiplərini müəyyənləşdirir.

Logistika üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən texnoloji amillər qrupu bir tərəfdən ölkənin elmi-texniki potensialının ümumi səviyyəsini, digər tərəfdən isə iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin texnoloji səviyyəsini və iqtisadiyyatın infrastrukturunu xarakterizə edir. Bu baxımdan logistik konsepsiyaların tətbiqində nəqliyyat, telekommunikasiya, informasiya – kompyüter sistemlərinin, çevik avtomatlaşdırılmış və robotlaşdırılmış istehsal sahələrinin, elektron və mikroprosessor texnikasının, nəqliyyat və yük emalı vasitələrinin inkişaf səviyyəsi böyük rol oynayır. Burada mahiyyət etibarilə logistik funksiyaların reallaşdırılmasını effektiv həyata keçirən yeni (innovasiya) texnologiyalar və texniki vasitələrinin tətbiqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Ümumi şəkildə logistikanın inkişafı sosial amillər qrupuna aid edilən faktorlardan (əhalinin miqrasiyası, azad və işçi vaxtlarının struktur dinamikası, əmək resurslarının strukturu, mədəni səviyyəsi, ayrı-ayrı sosial təbəqələrin cəmiyyətdə yeri və rolu, sosial ziddiyyətlərin və sosial mübarizələrin xarakteri, sosial sabitlik) və eləcə də hər şeydən əvvəl ətraf mühitə ziyanlı təsirlərin azaldılması baxımından nəqliyyat və nəqliyyat kommunikasiya vasitələrinin inkişafı ilə əlaqədar olan ekoloji amillərdən çox asılıdır. ABŞ - da, Yaponiyada və iqtisadi əməkdaşlıq təşkilatının üzvü olan ölkələrin əksəriyyətində makro və mikrologistik sistemlərin formalaşdırılması və logistik qərarların qəbul edilməsinə bilavasitə təsir göstərən ətraf mühitin mühafizəsi üzrə müxtəlif proqramlar işlənilib hazırlanmış və qəbul edilmişdir.

Mikrologistik amillərə (firmadaxili mühit) isə gələcək paraqraflarda və fəsillərdə şərh və təhlil ediləcək istehsal sferası, marketing, maliyyə, istifadə edilən əmək resursları, ali idarə etmə personalı kimi funksional sahələri aid etmək olar.

4.4. FİRMALARDA LOGİSTİK MENECMENTİN YERİ

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmə nəzəriyyəsi baxımından «menecment» anlayışı iki mənada:

a) firmanın strateji, taktiki və operativ məqsəd və vəzifələrinə nail olunması üçün istehsal və satışın idarə edilməsinin forma və vasitələr məcmusu;

b) biznes üzrə firmadan kənar əməkdaşlar və məhsul istehlakçıları ilə firmanın işçi personalının qarşılıqlı münasibətlərinin idarə edilməsi vasitəsi kimi şərh edilir.

Birinci mənada firmada logistik menecment logistik sistemin məqsədlərinə nail olmaq üçün sadə və kompleks logistik funksiyalarla əsas idarəetmə funksiyalarının (təşkil, planlaşdırma, tənzimləmə, koordinasiya, nəzarət, uçot və təhlil) sinerjiyasını özündə birləşdirir

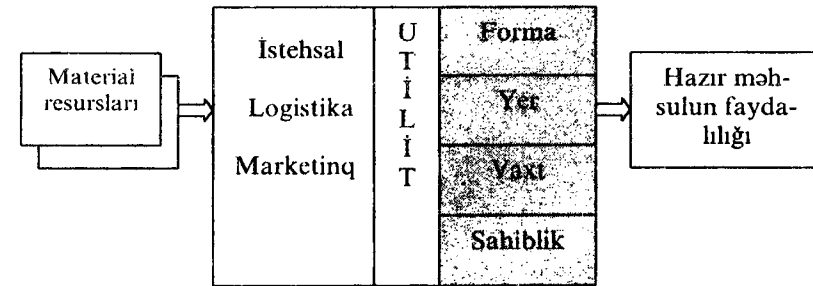
İkinci mənada logistik menecment – firmanın idarəetmə ierarxiyasında və logistik sistemlərin təşkili səviyyəsindəki roluna görə idarəetmə personalıdır. Bu idarəetmə personalı da üç formada təsnif edilir:

- ali idarəetmə personalı (*top management*) – məsələn, inteqral menecer, logistika şöbəsinin müdiri, firmada logistik menecer funksiyasını yerinə yetirən icraçı direktorlar şurasının üzvü və s.
- orta idarəetmə personalı (*middle management supervisors*) logistik sistemin struktur bölmələrinin rəhbərləri, logistik sistemin ayrı - ayrı mərhələləri (mərtəbələri) və s.
- firmanın idarəetmə aparatında aşağı səviyyəyə - mərtəbəyə məxsus personal (*lower management*).

Müasir logistik sistemləri quran zaman firmanın ümumi idarəetmə strukturunda logistik menecmentin yeri və onun menecmentin digər sahələrilə qarşılıqlı əlaqələrinin müəyyən edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Firmaların (müəssisələrin) müasir menecment sistemi idarəetmənin təş-

kilati strukuru ilə taktiki, strateji və digər məqsədlər baxımından birgə fəaliyyət göstərən funksional sahələrin (maliyyə, investisiya, istehsal, marketing və satış, innovasiya, heyət və s.) vəhdətindən ibarətdir.

Logistik nöqtəyi-nəzərdən menecmentin strateji (taktiki, operativ) və funksional funksiyalarının həyata keçirilməsi istehsal və marketing strategiyalarını nəzərə almaqla firmanın logistik missiyasının reallaşmasına kömək etməlidir. Firmaların (müəssisələrin) menecment sistemini sxematik olaraq şəkil 4.5 - də olduğu kimi vermək olar.



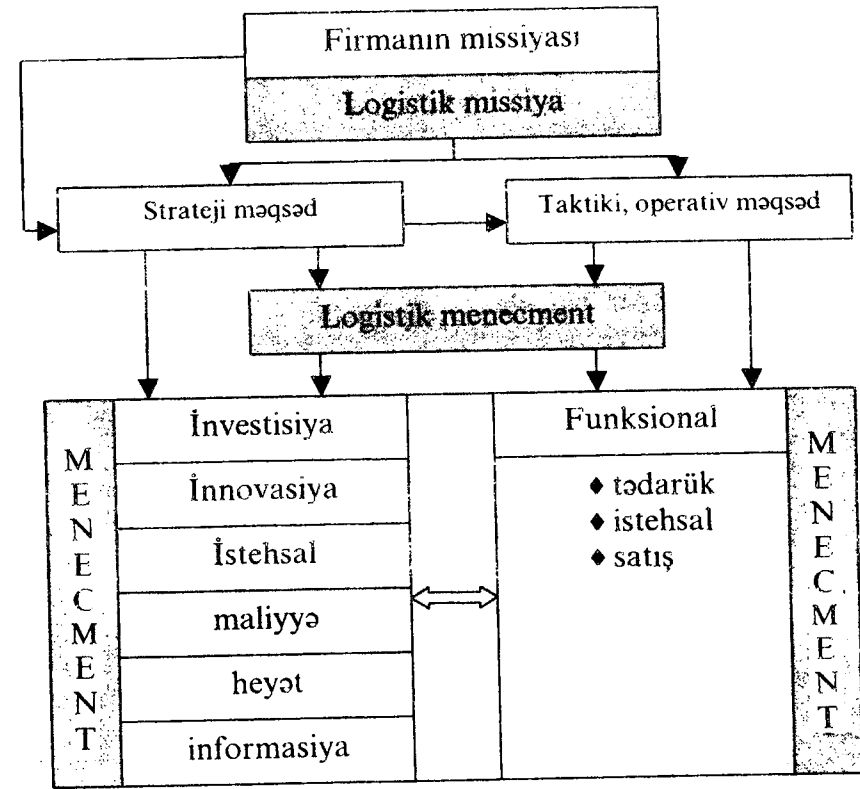
Şəkil 4.5. Logistik faydalılığın əsas formaları

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

funksiyalarını və onların icra mexanizmini xüsusi olaraq diqqət mərkəzində saxlamaq lazım gəlir.

Şəkil 4.5-də göstərilənlər biznesin təşkilinin üç mühüm sferasına: istehsal, marketing və logistikaya aid edilir. Hal-hazırkı dövrə qədər marketing və logistikanın funksiyaları və onların fəaliyyət sərhədlərinin, habelə bu funksiyalar arasında qarşılıqlı əlaqələrin dəqiq müəyyənləşdirilməsi (məhdudlaşdırılması) praktik işçilər və alimlər arasında ciddi mübahisə obyektinə çevrildiyindən bu sahədə hələ də vahid fikir birliyi mövcud deyil.

Görünür ki, belə mübahisələrin yaranmasının ilkin səbəbi biznesin logistik konsepsiyasının ilkin olaraq məhz marketingə aid edilən sahələrdə - məhsulların fiziki bölüşdürülməsi sferası və məhsul istehlakçılarının əmtəlik məhsullarının satış sistemində meydana gəlməsi və inkişafı ilə əlaqədardır. Logistika üzrə qərb ədəbiyyatlarında istehsal, marketing və logistika arasında fəaliyyət sferasını bölmək (müəyyənləşdirmək) və qarşılıqlı əlaqəni təsvir etmək üçün « **faydalılıq**» və ya «**mənfəətlik**» («**utilit**»utility) anlayışlarından istifadə olunur. Belə hesab edirlər ki, istehsal, marketing və logistik prosedurlar ilkin material resurslarına (hazır məhsullara) müəyyən faydalılıq gətirməklə son nəticədə istehlakçılar üçün faydalı hazır məhsulun yaradılmasına şərait formalaşdırır. Belə bir analogi yanaşmanı xidmət sahəsinə də aid etmək olar (şəkil 4.6).



Şəkil 4.6. Firmanın menecment sistemində logistik menecmentin yeri

Mənfəətlik (utilit) formaca ilkin material resurslarının (xammal, material, dəstləşdirici məmulatlar və s.) maddi-əşya formalarına xas olan fiziki - kimyəvi xüsusiyyətlərlə bərabər, dəyər və istehlak dəyərlərini hazır məhsulun substansiyasına «köçürən», yeni məhsula faydalılıq verən və bununla da konkret sənaye emalı nəticəsində natural görkəmlərini itirən zaman yaranır. İstehsal olunan məhsulun texniki – iqtisadi xarakteristikalarını müəyyənləşdirən ilkin material resurslarının texniki - iqtisadi parametrlərinə qədər yüksək səviyyədə olarsa, bu xarakteristikalar itkilərə yol

vermədən istehsal prosesində nə dərəcədə hazır məhsula transformasiya edilərsə, hazır məhsullar bu təbii – texniki əlamətləri özündə nə qədər saxlaya bilərsə, əmtəlik məhsulların keyfiyyəti, onların satışı və nəticə etibarlılığı ilə mənfəətlik formaca təmin edilmiş olar. Müasir biznesdə yerinə yetirilən bir sıra logistik əməliyyatlar da formaca mənfəətliyi təmin edir. Məsələn, bölüşdürmə şəbəkələrində hazır məhsulların yük ölçülərinin və qablaşdırma xarakteristikalarının dəyişdirilməsi, məhsulların sortlaşdırılması, konsolidasiyası, sənaye çeşidindən ayrı-ayrı ticarət çeşidlərinin yaradılması və digər logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi hazır məhsulun formasını dəyişdirir.

Logistika üçün mənfəətliyin (utilit) yerə və vaxta görə təmin edilməsi fundament – baza hesab olunur. Qeyd ediləni kimi əsas açar logistik funksiyalardan biri hesab edilən nəqliyyat material resurslarının və hazır məhsulun yarandığı və ya istehsal olunduğu yerdən bu məhsullara tələbin aşkar edildiyi, mövcud olduğu yerə zəruri vaxt intervalında daşınmasından ibarətdir. Əgər tələb olunan material resursları istehsalçı firma (müəssisə) tərəfindən istehsal proqramına və məhsulun hazırlanması texnologiyasına müvafiq qaydada, vaxtı – vaxtında və tələb olunan məhsul göndərmə qrafikləri üzrə alınmazsa, onda istehlakçı tələbinin vaxtında və lazımı yerdə ödənilməsilə bağlı problemlər yarana bilər. Daha doğrusu, yerə və vaxta görə mənfəətlik o zaman təmin edilir ki, hər bir istehsalçı hazır məhsul istehsalı üçün lazım olan ilkin material resurslarını optimal nəqliyyat marşrutlarını və potensial məhsul göndərənləri seçməklə tədarükat bazarlarından vaxtında almağa müvəffəq olsun və bununla da hazır məhsulları satış bazarlarına tələbin aşkar edildiyi vaxtda çatdırıb bilsin. Bu baxımdan logistika marketingin fiziki sərhədlərini genişləndirir və uyğun olaraq hazır məhsullara lazımı yerə vaxtında çatdırılmasına görə onun dəyərini artırır.

İstehlakçı üçün əlverişli olan məhsul və ya xidmətlər

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

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

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

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

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

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

Keyfiyyət – predmet və hadisəyə daxilən xas olan, başqa predmetə deyil, məhz onu predmet edən, saysız hesabsız başqa predmetlərdən fərqləndirən cəhətdir, bütün mühüm nisbi sabit xassələrin, qabiliyyət və cəhətlərin məcmusudur. Məhsulun keyfiyyəti – onun öz təyinatına müvafiq müəyyən tələbatı ödəməyə yararlı olmasını şərtləndirən, daşıyıcısı olduğu, özünəməxsus xassələrin məcmusudur. Məhsulun keyfiyyətini formalaşdıran xassələr əmək vasitələri, əmək cisimləri və istehlak şeyləri üçün çox çətin olsa da, onlar müxtəlif göstəricilər vasitəsilə ümumiləşdirilərək təsnif edilir. Məhsulun təyinatı, etibarlılığı, texnoloji yeniliyi, standartlaşdırma və eyniləşdirmə, erqonometrik, estetik görünüşü, məmulatın nəql edilməsi qabiliyyəti, ekoloji, mə-

mulatın təhlükəsizliyi kimi göstəricilər əsasında müəyyən edilən məhsulun keyfiyyəti üzrə istehsalçı firmaların (müəssisələrin) siyasətinə onların məhsullarına bazardakı tələbin kəmiyyəti həlledici təsir göstərir.

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

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

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

Keyfiyyətin idarə edilməsi bəsit deyil, çoxmilli, bir – birilə şərtlənən çoxmərhələli bir prosesdir. O, məhsulun layihələndirilməsi, müqavilələrin bağlanması, istehsalçı və istehlakçıların davranışları, istifadə ediləcək avadanlıqların

və materialların müəyyənləşdirilməsi, tətbiq ediləcək texnoloji istehsal üsulu, sınaq, hazır məhsulun qablaşdırılması və qorunması və s. işlərin ciddi şəkildə izlənməsinə yönəldilmiş fəaliyyətdir. Bunun üçün də məhsulun keyfiyyət səviyyəsinə görə bazar liderliyinə nail olmaq üçün istər istehsal, istərsə də istehlak mərhələlərində zəruri keyfiyyət xassələrini müəyyən etmək və ona təminat yaraumaq lazımdır.

Məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsinin vacib ünsürlərindən biri standartlaşdırma hesab edilir.

«Standartlaşma haqqında» Azərbaycan Respublikasının qanununda göstərilir ki, standartlaşma məhsullar (xidmətlər, işlər) üçün norma, qayda və xarakteristikaları müəyyənləşdirən fəaliyyətdir. O, məhsulların insan sağlamlığı, həyatı, ətraf mühit üçün təhlükəsizliyini, texniki, texnoloji və informasiya uyğunluğunu, bütün növ resursların qənaətini, ölçmələrin dəqiqliyini və vəhdətini, istehlakçıların məhsul nomenklaturası və keyfiyyəti haqqında tam və səhifə informasiyaya malik olmalarını və s. – ni təmin etmək məqsədini daşıyır (maddə 1).

Standartlaşdırma məhsul keyfiyyətinin idarə olunması məqsədilə «norma yaradıcılığı» üzrə fəaliyyətdir və onun nəticəsi ən səmərəli normaların tapılması və onların normativ sənədlərdə - təlimat, standart və s.- də təsbit etməkdir.

Standart - kütləvi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş məhsulların keyfiyyətinə və təhlükəsizliyinə dair normativ sənəd olmaqla maraqlı tərəflərin razılığı əsasında işlənilib hazırlanır və səlahiyyətli orqan tərəfindən təsdiq olunur.

Əhəmiyyəti, tətbiq dairəsi (coğrafiyası) və məsuliyyət dərəcəsinə görə standartlar - beynəlxalq, regional (hövzə), dövlətlərarası, milli standartlara bölünür. Bunlardan hər hansı birinin məhsul qarşısında qoyduğu tələblər ödənilməzsə həmin məhsulun standartın qüvvədə olduğu məkana (dünya, region və s. bazara) daxil olması qeyri - mümkündür.

Standartlaşmaya sərt mərkəzləşdirilmiş fəaliyyət kimi

də baxmaq düzgün olmazdı. Əgər belə olsaydı onda müəssisə və firmalar özləri öz məhsullarının keyfiyyətinin idarə edilməsi işindən məhrum olardılar. Qanunda təsbit edildiyi kimi firma və müəssisələr öz məhsullarının keyfiyyətini idarə etmək məqsədilə standartlaşma kimi vacib bir vasitədən istifadə etməkdə sərbəstdirlər.

Məhsulların differensiasiyası məhsul satışı bazarında potensial istehlakçı qrupu əldə etmək, yüksək bazar payına malik olmaq və firmaların bazar mövqelərinin artırılması üçün istehsalçı firmanın əmtəə və xidmətlərinin rəqib müəssisələrin əmtəə və xidmətlərindən spesifik istehlak xüsusiyyətləri, yüksək keyfiyyəti, texniki və elmi - texniki imkanları, etibarlılığı və s. əlamətlərə görə fərqlənməsi deməkdir.

Məlumdur ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində firma və müəssisələr daima olaraq «məskunlaşdığı» segmenti nəinki mühafizə etmək məcburiyyətində qalır, həm də onu genişləndirmək üçün cəhdlər göstərir. Bunun üçün o, təklifin tərkib müxtəlifliyini tələbin uyğun göstəricisi ilə tarazlamağa cəhd etməli, diversifikasiyası prosesinə meyli olmalıdır, çünki, əks halda tutduğu segmentdən sıxışdırıla bilər. Lakin bununla yanaşı, özünün məhsul nomenklaturasını, çeşid və tip - ölçülərini genişləndirməklə başqa bir çətinliklə qarşılaşır. İstehsalın diversifikasiyası ixtisaslaşdırma ilə uzlaşdırılaraq artırılırsa, bu, çeşidin genişliyi qədər onların hər birinin eyni funksiyalı, lakin müxtəlif ölçülü hissələrinin müxtəlif standartlarla istehsalını zəruri edir. Yaxşı bilçək çətinliyin qarşısını almaq üçün istehsalı nəzərdə tutulan hər tip - ölçüdə olan avadanlıq və maşınların konstruksiyasına daxil olan müvafiq komponentlərin eyniləşdirilməsi, vahid standart əsasında istehsalı həyata keçirilir. Əgər bu ayrılıqda götürülən hər bir tip - ölçünün keyfiyyətinə xələl gətirmirsə, deməli, standartlaşdırma əsasında aparılan həmin texniki - təşkilati tədbir firmanın rəqabət qabiliyyətini möhkəmləndirir. Çünki, bu halda firma özünün məhsul çeşidini genişləndirməsinə baxmayaraq on-

lardan hər birinin zəruri keyfiyyətdə istehsalına nail ola bilər.

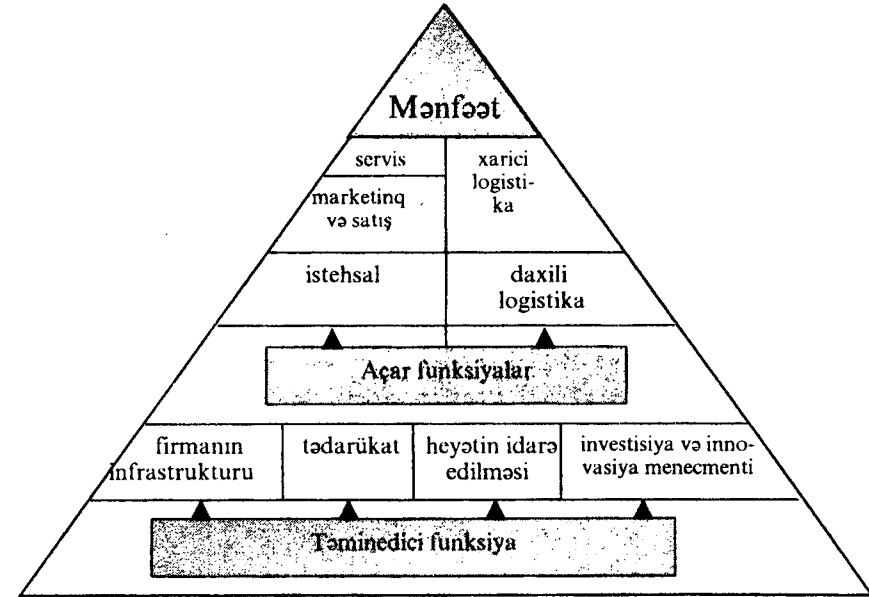
Strateji fokus firmaların malik olduğu potensial imkanları müəyyən strateji istiqamətə yönəltməklə satış bazasının bir və ya bir neçə segmentində rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsinə göstərilən səylərdən ibarətdir. Daha doğrusu, digər istehsalçı firmalar (müəssisələr) tərəfindən idarəçilik, istehsal,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

Sadalanan bu amillər istənilən rəqib firmalar tərəfindən də istifadə oluna bilər. Buna görə də hər bir istehsalçı firma (müəssisə) öz fəaliyyətini müvəffəq təşkil etmək üçün mütəmadi olaraq strateji istiqamətlərdə yeni yanaşma formaları və üsulları axtarıb tapmalı, habelə mütərəqqi və optimal innovasiya ideyalarını tətbiq etməlidir. Belə bir imkanı onlar üçün məhz logistika yaradır. Məsələn, səmərəli logistik menecment bazanın əhəmiyyət kəsb edən konkret segmentində məsrəflərin səviyyəsinə görə firmanın liderlik mövqeyini müəyyənləşdirməklə ardıcıl formada ümumi logistik (və ya istehsal) xərclərini azalda bilər. Eyni zamanda bazarda istehsalçıların təklif etdikləri məhsulların (xidmətlərin) qiymətlərini istehlakçılar üçün əlverişli olan minimum həddə yaxınlaşdırmaq və onların keyfiyyətini yüksəltməklə (və ya dünya ölkələri üzrə mövcud keyfiyyət standartlarını təmin etməklə) firmaların konkret bazar paylarının artırılmasına və mövqelərinin möhkəmlənməsinə nail ola bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, müasir iqtisadi şəraitdə strateji fokusun reallaşması üçün logistik funksiyalar, xüsusilə integrativ funksiya böyük əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, M.Porter rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsi məsələsinə yanaşmada biznesi firmanın açar və təminedic funksiyalarına bölür. Bu zaman o, məhsulların istehsal məsrəflərinin

və son istehlak məntəqələrinə daşınması ilə əlaqədar olan xərclərin konkretləşdirilməsi, habelə məhsulların potensial differensiasiya mənbələrinin müəyyənləşdirilməsi üçün tam dəyər silsiləsi (dövriyyəsi) adlanan anlayışdan istifadə edir.

M.Porter-in təsdiq etdiyinə görə firmalar (müəssisələr) rəqabət üstünlüklərinə yalnız o halda nail olurlar ki, onların istehsal – kommersiya fəaliyyəti rəqiblərlə müqayisədə səmərəli təşkil edilmiş olsun və ya bu fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün çəkilməsi nəzərdə tutulan bütün növ məsrəflərdə qənaət rejimi gözlənilsin. Şəkil 4.7 -dan görüldüyü kimi tam dəyər silsiləsində (piramida) həm daxili (istehsalda), həm də xarici (təchizat və satış) logistika mühüm rol oynayır.



Şəkil 4.7. Firmada tam dəyərin formalaşması piramidası

Təminedic funksiyalar firmanın infrastrukturunu, material resurslarının tədarükatı, heyətin idarə edilməsi, innova-

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

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

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

Keyfiyyət – predmet və hadisəyə daxilən xas olan, başqa predmetə deyil, məhz onu predmet edən, saysız hesabsız başqa predmetlərdən fərqləndirən cəhətdir, bütün mühüm nisbi sabit xassələrin, qabiliyyət və cəhətlərin məcmusudur. Məhsulun keyfiyyəti – onun öz təyinatına müvafiq müəyyən tələbatı ödəməyə yararlı olmasını şərtləndirən, daşıyıcısı olduğu, özünəməxsus xassələrin məcmusudur. Məhsulun keyfiyyətini formalaşdıran xassələr əmək vasitələri, əmək cisimləri və istehlak şeyləri üçün çox çətarlı olsa da, onlar müxtəlif göstəricilər vasitəsilə ümumiləşdirilərək təsnif edilir. Məhsulun təyinatı, etibarlılığı, texnoloji yeniliyi, standartlaşdırma və eyniləşdirmə, erqonometrik, estetik görünüşü, məmulatın nəql edilməsi qabiliyyəti, ekoloji, mə-

mulatın təhlükəsizliyi kimi göstəricilər əsasında müəyyən edilən məhsulun keyfiyyəti üzrə istehsalçı firmaların (müəssisələrin) siyasətinə onların məhsullarına bazardakı tələbin kəmiyyəti həlledici təsir göstərir.

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

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

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

Keyfiyyətin idarə edilməsi bəsit deyil, çoxmilli, bir – birilə şərtlənən çoxmərhələli bir prosesdir. O, məhsulun layihələndirilməsi, müqavilələrin bağlanması, istehsalçı və istehlakçıların davranışları, istifadə ediləcək avadanlıqların

lardan hər birinin zəruri keyfiyyətdə istehsalına nail ola bilər.

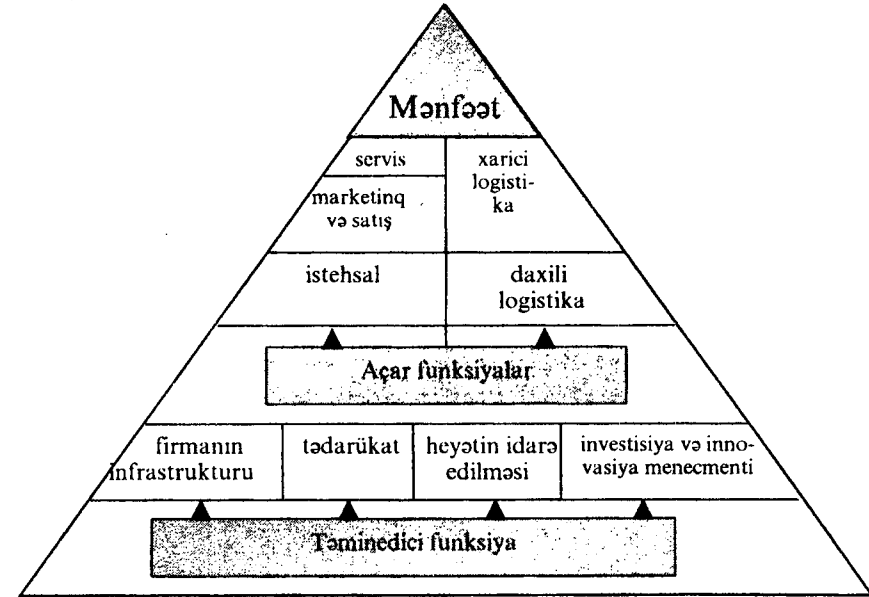
Strateji fokus firmaların malik olduğu potensial imkanları müəyyən strateji istiqamətə yönəltməklə satış bazasının bir və ya bir neçə segmentində rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsinə göstərilən səylərdən ibarətdir. Daha doğrusu, digər istehsalçı firmalar (müəssisələr) tərəfindən idarəçilik, istehsal,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

Sadalanan bu amillər istənilən rəqib firmalar tərəfindən də istifadə oluna bilər. Buna görə də hər bir istehsalçı firma (müəssisə) öz fəaliyyətini müvəffəq təşkil etmək üçün mütəmadi olaraq strateji istiqamətlərdə yeni yanaşma formaları və üsulları axtarıb tapmalı, habelə mütərəqqi və optimal innovasiya ideyalarını tətbiq etməlidir. Belə bir imkanı onlar üçün məhz logistika yaradır. Məsələn, səmərəli logistik menecment bazanın əhəmiyyət kəsb edən konkret segmentində məsrəflərin səviyyəsinə görə firmanın liderlik mövqeyini müəyyənləşdirməklə ardıcıl formada ümumi logistik (və ya istehsal) xərclərini azalda bilər. Eyni zamanda bazarda istehsalçıların təklif etdikləri məhsulların (xidmətlərin) qiymətlərini istehlakçılar üçün əlverişli olan minimum həddə yaxınlaşdırmaq və onların keyfiyyətini yüksəltməklə (və ya dünya ölkələri üzrə mövcud keyfiyyət standartlarını təmin etməklə) firmaların konkret bazar paylarının artırılmasına və mövqelərinin möhkəmlənməsinə nail ola bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, müasir iqtisadi şəraitdə strateji fokusun reallaşması üçün logistik funksiyalar, xüsusilə integrativ funksiya böyük əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, M.Porter rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsi məsələsinə yanaşmada biznesi firmanın açar və təminedic funksiyalarına bölür. Bu zaman o, məhsulların istehsal məsrəflərinin

və son istehlak məntəqələrinə daşınması ilə əlaqədar olan xərclərin konkretləşdirilməsi, habelə məhsulların potensial differensiasiya mənbələrinin müəyyənləşdirilməsi üçün tam dəyər silsiləsi (dövriyyəsi) adlanan anlayışdan istifadə edir.

M.Porter-in təsdiq etdiyinə görə firmalar (müəssisələr) rəqabət üstünlüklərinə yalnız o halda nail olurlar ki, onların istehsal – kommersiya fəaliyyəti rəqiblərlə müqayisədə səmərəli təşkil edilmiş olsun və ya bu fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün çəkilməsi nəzərdə tutulan bütün növ məsrəflərdə qənaət rejimi gözlənilsin. Şəkil 4.7 -dan görüldüyü kimi tam dəyər silsiləsində (piramida) həm daxili (istehsalda), həm də xarici (təchizat və satış) logistika mühüm rol oynayır.



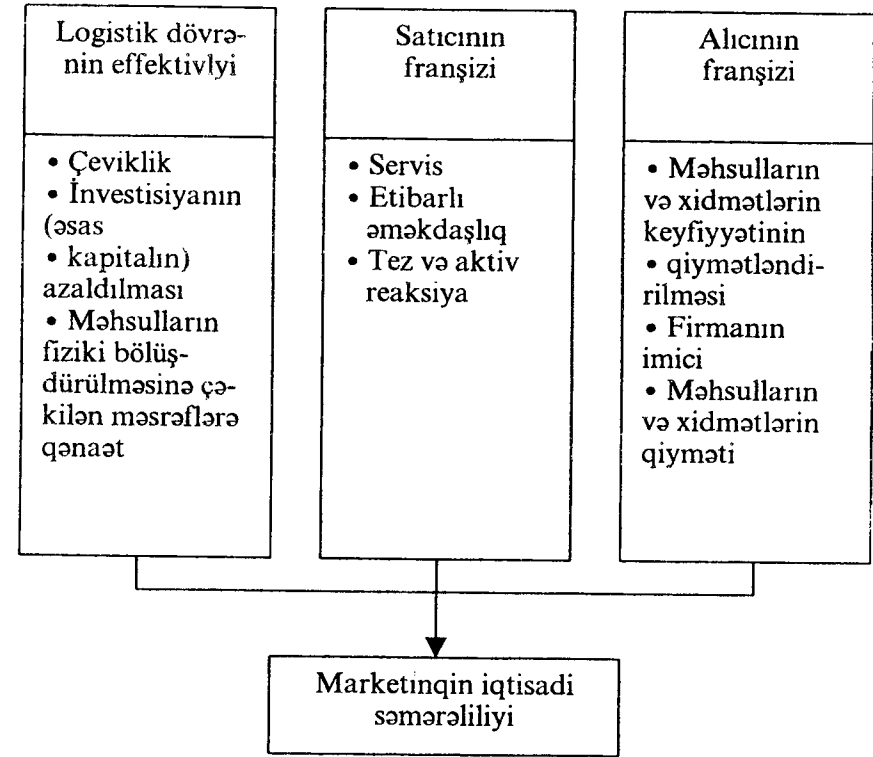
Şəkil 4.7. Firmada tam dəyərin formalaşması piramidası

Təminedic funksiyalar firmanın infrastrukturunu, material resurslarının tədarükatı, heyətin idarə edilməsi, innova-

siya və investisiya menecmentindən ibarətdir. Bu zaman M.Porter mənfəəti məhz məhsulun (xidmətin) son qiymətilə kollektiv məsrəflər (firma və onun logistik tərəfdaşları) arasındakı fərq kimi müəyyənləşdirir. Təbii ki, firmanın logistik vasitəçilərinin (məsələn, bölüşdürmə şəbəkələrində, satışın təşkilində, satışdan qabaq və sonrakı servis xidmətində) daha çox mənfəət əldə etməsinə səy göstərməsi məhsulların ümumi dəyərini və son istehlakçı üçün hazır məhsulların qiymətini əhəmiyyətli dərəcədə artırır. Buna görə də tam dəyərin formalaşmasına logistik monitorinqin aparılması zəruridir. Burada əsasən strateji vəzifələrin yerinə yetirilməsi və bazarda mövcud vəziyyətə nəzarət etmək üçün firmanın özü tərəfindən həyata keçirilməyən logistik funksiyalara xüsusi diqqət yönəltmək lazımdır.

4. 5. LOGİSTİK MENECMENTİN MARKETİNGLƏ QARŞILIQLI ƏLAQƏSİ

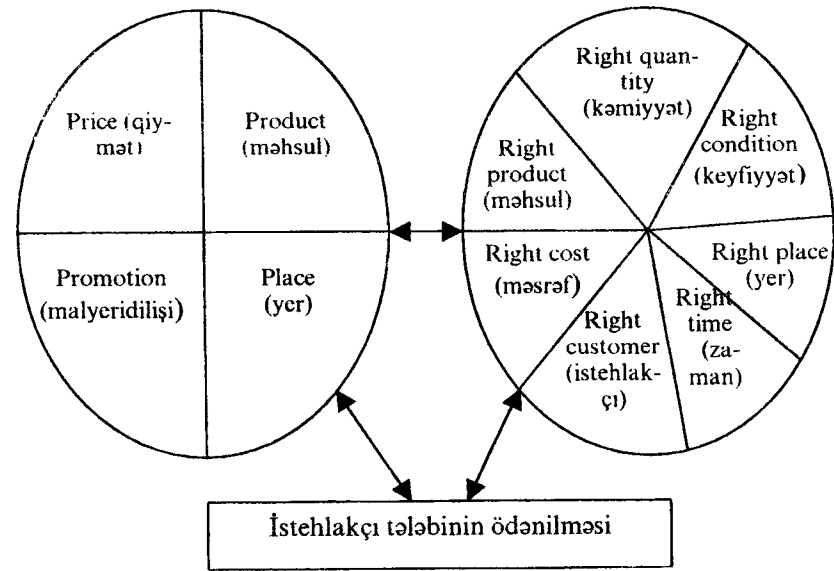
Firmalarda logistikanı marketinqin bir forması, tərəfi kimi qəbul edirlər. Əvvəl də qeyd edildiyi kimi onlar arasında əlaqə o qədər inkişaf etmişdir ki, ixtiyari biznesin bu iki əsas funksiyasının maraq dairəsinin müəyyənləşdirilməsi, eləcə də bölüşdürülməsi istənilən menecment üçün olduqca çətinlik yaradır. Bununla əlaqədar olaraq məsələn, məhsul siyasəti və məhsulların reklamı marketinqin əsas tədqiqat obyektidir, onun strategiyasının fundamental bazası olmaqla logistik strategiyasının da integrativ elementi hesab edilir. Lakin nəzərdən qaçıрмаq lazım deyil ki, istehsalçı firmalarda (müəssisələrdə) marketinqin bir funksional elm sahəsi kimi tətbiqi nəticəsində yaranan iqtisadi effektivlik məhz ayrı-ayrı üç əsas tərkib elementlərinin: logistik dövrdə və ya kanallarda əmələ gələn iqtisadi effektivlikdən, satıcı (ticarət) və alıcıların (istehlakçıların) franşizindən ibarətdir (şəkil 4.8).



Şəkil 4.8. Marketinqin iqtisadi səmərəliliyini təşkil edən logistik elementlər.

Marketinq və logistik menecment arasında qarşılıqlı əlaqə hər şeydən əvvəl əsasən firmanın satış sistemi və onun təşkilində təzahür edir. Başqa sözlə, logistika hazır məhsulların fiziki bölüşdürülməsi proseduru təmin edir, satışın təşkilində mühüm rol oynayır. Bəzi hallarda fiziki bölüşdürmənin optimal təşkili və onun bazar tələblərinə uyğun formada aparılması marketinq strategiyası və satış taktikasının reallaşdırılmasına əsaslı formada təsir göstərir.

Qərb iqtisadi ədəbiyyatlarında marketing və logistika arasında qarşılıqlı əlaqəni təhlil etmək üçün intensiv olaraq marketing miksi və ya «dörd R»: «price – product – promotion – place (qiymət – məhsul – malyeridilişi – yer) ənənəvi anlayışından istifadə olunur. Ona görə də logistika və marketing arasında bu qarşılıqlı əlaqə sxematik olaraq istehlakçı sifarişlərinin (tələblərinin) ödənilməsi üçün marketing və logistik mikslərin qarşılıqlı əlaqə forması kimi verilir (şəkil 4.9).



Şəkil 4.9. Marketing və logistik mikslərin qarşılıqlı əlaqəsi

Nəzərdən keçirilən şəkil marketing və logistik miksləri təşkil edən məhsul, yer və qiymət (məsrəf) kimi əsas elementlər arasında birbaşa qarşılıqlı əlaqələrin iqtisadi mahiyyətini və xarakterini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Bu əlaqələrin xarakterini bir qədər müfəssəl izah et-

məyə çalışsaq.

Logistik menecment firmada marketing tərəfindən müəyyənləşdirilən korporativ və ya strateji maliyyə məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün «qiymət» amilinə adətən birbaşa təsir göstərir. İstehsalçı firmalar hazır məhsulları malyeridilişi kanalları vasitəsilə bazara çıxarmazdan əvvəl konkret olaraq məhsulun qiyməti haqqında ilkin marketing və logistik qərarlar qəbul edirlər. Belə qərarlar təbii ki, firmanın logistik menecmenti tərəfindən qiymətə, rəqabət qabiliyyətli konkret məhsula, bazarın müvafiq segmentində konkret tələblər paketi ilə çıxış edən istehlakçıların sosial – iqtisadi və demografik xarakteristikalarına aid edilən hər bir faktorun hərtərəfli təhlilindən (makroiqtisadi indikatorların köməyiylə) sonra qəbul edilir.

Hazır məhsulların fiziki bölüşdürülməsinə çəkilən məsrəflər, xüsusilə nəqliyyat xərcləri məhsulların hazırlanmasına çəkilən məsrəflərə bərabər olsa da, bəzi sahələrdə məhsulun maya dəyərindən yüksək olur. Buna görə də məhsulların ilkin mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər hərəkəti zamanı qəbul edilən logistik qərarlar transaksiyon xərcləri azaltmaqla bərabər qiymət üzrə marketing siyasətinin reallaşmasına əhəmiyyətli dərəcədə köməklik göstərir. Logistik menecment tərəfindən əlverişli nəqliyyat növünün və yükdaşıma marşrutlarının, habelə konsolidasiya mərkəzlərinin və ekspeditorların seçilməsi kimi qərarların vaxtında qəbul edilməsi məhsul istehsalçılarının fiziki bölüşdürməyə çəkdikləri logistik məsrəfləri azaldır və qiymət üzrə marketing strategiyasının manevr imkanlarını artırır. Məhsulun qiymətinə satış zamanı yerinə yetirilən anbarlaşdırma, ehtiyatların idarə edilməsi və yüklərin emalı kimi digər logistik funksiyaların da (bunlar ayrı - ayrılıqda növbəti fəsilərdə nəzərdən keçiriləcək) təsiri haqqında belə bir əsaslandırmanı aparmaq mümkündür. Bundan başqa, fiziki bölüşdürmə mərhələsində məsrəflərin azaldılması üçün bir logistik funksiyanın digəri ilə əvəz edilməsi (məsələn, anbar-

laşdırmanın nəqliyyatla) və logistik sistemin hər hansı bir mərhələsində bir neçə sadə əməliyyatların birləşdirilməsinin məhsulların qiymətinə integrativ təsirini mütləq nəzərə almaq lazımdır.

Adətən logistik menecment müxtəlif sxemlər (formalar) üzrə qiymətin əmələ gəlməsinə daha çox maraqlıdır. Bu zaman meydana çıxan ən vacib problem ondan ibarətdir ki, bu proses ehtiyatların idarə edilməsi, istehlakçı tələbilə diqtə edilən anbaraşdırma mərkəzlərinin (yerlərinin) və nəqlətmə müddətinin dəyişilməsinə qoyulan tələblərə cavab verməli və beynəlxalq standartlara uyğun gələn yüksək keyfiyyətli xidmət səviyyəsini təmin etməlidir. Və eyni vaxtda logistik menecment çalışır ki, qiymət üzrə marketinq strategiyasını reallaşdırmaq mümkün olmayan məqsəd bazarlarının konkret seqmentində məhsul satışı həcmi artırсын. Belə bir halın yaranması -qiymət üzrə marketinq strategiyasının reallaşdırılmasının qeyri - mümkünlüyü hər şeydən əvvəl mövsümlə əlaqədar olaraq tələbin tez – tez dəyişməsidir. Bu da öz növbəsində ehtiyatların idarə edilməsi sahəsində (məsələn, xüsusi mövsümi ehtiyatların yaranması) əlavə logistik qərarların qəbul edilməsinə obyektiv zəruriyyətə çevirir.

Marketinq və logistikanın maraqlarının qarışılıqlı formada kəsişdiyi sferalardan biri də firmanın marketinq strategiyası ilə müəyyənləşən məhsulların xarakteristikası və hər şeydən əvvəl məhsul çeşidi hesab olunur. Hazır məhsulların çeşid xarakteristikası bölüşdürmə şəbəkələrində logistik kanalların strukturuna, ehtiyatların səviyyəsinə, nəqliyyat vasitələrinin növünə və nəqlətmə üsullarına birbaşa təsir göstərir. İstər istehsal sferasında, istərsə də tədavül sferasının bu və ya digər mərhələsində yeni məhsul çeşidinin hazırlanması və ya yeni qablaşdırıcı taraların tətbiqi logistik kanalların strukturunu və ya nəqlətmə üsullarını tam formada dəyişdirə bilər və bu da logistik menecmentlə mütləq razılaşdırılmalıdır.

Məhsul çeşidinin dəyişdirilməsi və ya yenisinin formalaşması, habelə bununla bağlı hazır məhsulun fiziki xarakteristikasının da dəyişməsi ayrı - ayrı mərhələlərdə logistik yüklər üzərində aparılan əməliyyatlara təsir edir. Bu təsir mahiyyət etibarını ilə yeni məhsul çeşidinin qabarit ölçülərinə müvafiq olaraq yeni qablaşdırıcı taraların hazırlanması, nəqlətməni həyata keçirmək üçün bu ölçülərə uyğun gələn konteyner, pallet və malaltlıqlarının tətbiqi, sortlaşdırma üçün yeni texnoloji avadanlıqlardan istifadə olunması, yüklərin konsolidasiya mərkəzlərində dəstləşdirilməsindən ibarətdir. Sadalanan əməliyyatların yerinə yetirilməsi logistik xərclərin yüksəlməsinə, bölüşdürmə şəbəkələrinə əlavə investisiyaların yönəldilməsinə, son nəticədə isə çeşidin yaxşılaşdırılmasından hazır məhsulun qiymətinin artmasına və gözlənilən bazar mənfəətinin azaldılmasına gətirib çıxarır.

Bu zaman məhsulların qablaşdırılması məsələsinə xüsusi diqqət yetirmək lazım gəlir. Xarici görkəminə görə istehlakçıların diqqətini cəlb edən qablaşdırıcı taralara firmanın səy göstərməsi marketinqin tələbindən doğur. Belə bir tələb artdıqca planlaşdırılmayan logistik xərclərin həcmi də artır. Qərbi ölkələrində logistik menecerlər qablaşdırmanı bəzən «susan satıcı» kimi dəyərləndirirlər. Çünki həm topdan, həm də pərakəndə satış ticarəti səviyyəsində qablaşdırma əhəmiyyətli rol oynamaqla satışın həcminə əsaslı təsir göstərir. Marketinq aspektindən qablaşdırmanın xarici görkəmi, cəlb ediciliyi, məhsul haqqında tam informasiyalara (rəqiblərin analoji məhsullarından bu məhsulu fərqləndirən əsas texniki - iqtisadi parametrlər, yükləmə – boşaltma zamanı əməl olunması ciddi formada tələb olunan əməliyyatlar və s.) malik olması vacibdir. Logistik menecment üçün isə qablaşdırma hər şeydən əvvəl nəqlətmə və anbaraşdırma əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi zamanı məhsulların ətraf mühitin mümkün neqativ təsirlərindən qorumaq baxımından əhəmiyyətlidir.

Əksər istehsalçı firmalar tərəfindən məhsulların baza-

ra çıxarılması marketinqin mühüm funksiyalarından biri hesab edilir. İstehsalçı firmalar (müəssisələr) məhsulların müxtəlif malyeridilişi kanalları vasitəsilə bazara çıxışını təmin edən zaman reklam, hazır məhsulların nümayiş etdirilməsi, bölüşdürmə və satışın təşkili üçün kifayət həcmdə maliyyə vəsaitləri sərf edirlər. Adətən marketinq üzrə mütəxəssislər hazır məhsulların bazara çıxış strategiyasını iki baza: «*dartma*» və «*itələmə*» kateqoriyasına bölürlər. Bu kateqoriyalar hazır məhsullar üzrə logistik bölgü kanallarında mövcud olan rəqabət və onun səviyyəsi ilə əlaqədardır. Məhsul istehsal edən firmalar tez – tez özlərinin (firmanın) xüsusi bölüşdürmə şəbəkələrinin yaradılması və ya hazır məhsulların reallaşdırılması üçün logistik vasitəçilərin (topdan və pərakəndə satış ticarəti) xidmətlərindən istifadə etmək dilemması ilə qarşılaşırlar. Aydın ki, xüsusi bölüşdürmə şəbəkələrinin yaradılması böyük həcmdə investisiya tələb etməklə bərabər satış bazarına və satışın həcminə tam nəzarət etməyə imkan verir. Logistik vasitəçilərin xidmətindən istifadə olunmasını nəzərdə tutan ikinci halda isə çəkilən məsrəflər nə qədər az olsa da, satış bazarına tam və ya qismən nəzarət etmək mümkün olmur. Buna görə də topdansatış vasitəçiləri tərəfindən istifadə olunan bölüşdürmə kanalları hazır məhsul istehsalçıları arasında hər dəfə rəqabət obyektinə çevrilir.

Bölgü kanallarının köməyi ilə «*dartma*» (pull strategy) marketinq strategiyası adətən məhsulların satış həcmi artırmaq, istehlakçıları həvəsləndirmək, onlarda bu məhsullara qarşı motivasiya yaratmaq üçün istehsalçı firmaların özləri tərəfindən kütləvi informasiya vasitələrində geniş miqyaslı reklam kompaniyalarının aparılmasını nəzərdə tutur. Reklam istehlakçıların istehsalçı firmalardan (müəssisələrdən), topdan və ya pərakəndə satış ticarətilə məşğul olan vasitəçi strukturlardan ala biləcəyi məhsullara tələbi stimullaşdırır. Bu zaman sifariş paketinə müvafiq olaraq istehlakçıların bu tələbi məhsulların fiziki bölüşdürülməsi kanal-

larının səviyyəsinə uyğun formada pərakəndə satış şəbəkəsinə, oradan topdansatış strukturlarına, sonuncu mərhələdə isə istehsalçı firmalara ünvanlanır. Beləliklə, reklam tədbirlərinin həyata keçirilməsi nəticəsində satış stimullaşdırılan məhsulların istehsalçı firmadan (müəssisədən) müxtəlif bölgü kanalları vasitəsilə son istehlakçılara çatdırılması üçün bu və ya digər dərəcədə «*dartma*» qapalı sistemi formalaşır. Bu zaman bölgü kanallarının belə «*dartma*» qapalı sistemində (strategiyasına) aid olub – olmamasından asılı olmayaraq bölüşdürmə şəbəkələrində bir qayda olaraq böyük həcmdə hazır məhsul ehtiyatının yaradılmasına bir o qədər də ehtiyac olmur.

«*İtələmə*» (push strategy) strategiyasının əsasını topdan və pərakəndə satış ticarətini həyata keçirən vasitəçi strukturlarla hazır məhsul istehsalçıları arasında kooperasiya əlaqələri təşkil edir. Məqsəd bazarı və ya onun konkret segmenti üçün nəzərdə tutulan hazır məhsullar istehsalçı firmalar (müəssisələr) tərəfindən tələbin stimullaşdırılması formasından və ya dərəcəsindən demək olar ki, asılı olmayaraq istehsal sferasından (sahələrindən) tədavül sferasına (vasitəçilərin bölgü kanallarına) «*itələnilir*». Bu zaman məhsulların reklam olunması ilə əlaqədar tədbirləri (reklam xərclərini) vasitəçi strukturlar müstəqil formada, bəzi hallarda isə istehsalçı firmalarla (müəssisələrlə) birlikdə aparırlar (çəkirlər). Çox vaxt alıcılar üçün xüsusi güzəştlər müəyyənləşdirmək və ya pərakəndə satış ticarəti şəbəkələrində əlavə hazır məhsul ehtiyatı yaratmaqla istehsalçı firmalar məhsulların bazara çıxışı və satışını həvəsləndirirlər. Qeyd olunan strategiyada əsas məqsəd ağırlıq mərkəzi topdan və pərakəndə satış ticarəti şəbəkələrində yerləşən hazır məhsul ehtiyatını tənzimləməkdən ibarətdir.

Logistik nöqtəyi – nəzərdən baxılan hər bir strategiya prinsip etibarlı ilə fərqli xüsusiyyətlərə malikdir. Buna görə də burada nəqləmə, anbarlaşdırma və ehtiyatların idarə edilməsi kimi müxtəlif funksiyalara xüsusi diqqət yönəldil-

diyindən logistik menecment logistik kanallarda böyük həcmdə hazır məhsul ehtiyatı yaratmağa meyli olan «itələmə» strategiyasına daha çox üstünlük verir. Lakin bu strategiya bir tərəfdən böyük həcmdə maliyyə vəsaitlərinin müxtəlif bölgü kanallarında əmtəlik məhsul ehtiyatı formasında dondurulması baxımından optimal hesab edilməsə də, digər tərəfdən logistik menecment qarşısında çoxlu sayda problemlər yaradan, tələbi həvəsləndirməyə o qədər də say göstərməyən «dartma» sistemi ilə müqayisədə olduqca əlverişlidir. Odur ki, bölüşdürmə şəbəkələrində strateji marketing və logistik planları mütəmadi olaraq əlaqələndirmək lazım gəlir.

«Yer» parametrinə görə marketing və logistika arasında qarşılıqlı əlaqə xarakter baxımından istehsal olunan böyük həcmli hazır məhsul kütləsi üçün satış nöqtəsinin seçilməsindən ibarətdir. Marketing aspektindən bu problem ya müstəqil və ya qeyri – müstəqil vasitəçi strukturların köməyiylə, ya da xüsusi satış şəbəkəsi yaratmaqla aradan qaldırılır. Bu zaman marketoloqlar əlverişli hesab edilən «yerin» seçilməsi haqqında qərarların qəbuluna bölgü kanalları haqqında qərarların qəbul edilməsinə nisbətən daha çox üstünlük verirlər. Logistik menecment baxımından isə belə qərarların qəbulu logistik sistemin səmərəliliyinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər. Məsələn, bazar konyukturası haqqında geniş informasiyalara malik olan topdansasatış vasitəçilərlə yalnız kontaktda olan istehsalçı firmalar hazır məhsulların bölüşdürülməsi və satışı ilə bağlı logistik problemlərlə üzləşmirlər. Məqsədləri geniş nomenklaturalı məhsul istehsal etmək, istehsalı modernləşdirməkdən ibarət olan istehsalçı firmaları məhsulların bazar həlli az maraqlandırır. Çünki bu missiyanı yerinə yetirən topdansasatış strukturları istehlakçılardan sifariş paketlərini qəbul edir, istehsalçı firmalardan böyük həcmdə məhsul partiyalarını alır və pərakəndə ticarət şəbəkələrindən (riteylərlərdən) fərqli olaraq anbar şəbəkələrində ehtiyatları stabil və səmərəli idarə edir.

Burada əhəmiyyət kəsb edən mühüm məqam ondan ibarətdir ki, istehsalçı firmaların belə bir halda məhsulların nəql edilməsinə çəkdikləri məsrəflərin həcmi minimum səviyyədə olur.

4.6. BİZNESİN DİGƏR SAHƏLƏRİ İLƏ LOGİSTİKANIN QARŞILIQLI ƏLAQƏSİ

Firmadaxili səviyyədə biznesi təşkil etmək üçün logistik menecmentlə logistikanın açar və təminədiçi funksiyaları arasında qarşılıqlı əlaqələr və onların xarakterik cəhətləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu zaman marketing nöqtəyi – nəzərindən logistika ilə istehsal arasında qarşılıqlı əlaqələr (qərb ölkələrində əməli menecment adlanır) mahiyyəti baxımından təyinedici rola malikdir. Ona görə də bu qarşılıqlı əlaqələr iki: istehsaldaxili (texnoloji proseslərin yerinə yetirilməsi üçün material resursları, bitməmiş istehsal, hazır məhsul ehtiyatının idarə edilməsi, firmanın struktur bölmələrində material resurslarına cari və potensial sifarişlərin təşkili proseduru, texnoloji nəqliyyatın və anbar təsərrüfatının idarə edilməsi və s.) və xarici logistik (istehsal yerlərinin material resursları ilə təchiz edilməsində və hazır məhsulların satışı zamanı açar logistik funksiyaların idarə edilməsi) aspektdən təhlil edilməlidir.

İstehsaldaxili logistika ilə əməli menecment arasında klassik qarşılıqlı əlaqənin xarakterik cəhəti istehsal dövrünün uzunluğundan (**lead –time**) ibarətdir. İstehsal dövrünün (istehsal – texnoloji tskilin) qısaldılması o firmalar üçün istehsaldaxili logistikanın başlıca vəzifəsi hesab edilir ki, onlar «*dəqiq vaxtında*», «*tez reaksiya vermək*», «*istehsal*» və s. kimi müasir logistik konsepsiyalardan istifadə edirlər. Digər tərəfdən onu da nəzərə almaq lazımdır ki, firmanın bölüşdürmə şəbəkələrində lazımı həcmdə hazır məhsul ehtiyatının yaranması nəticəsində istehsal dövrünün uzunluğunun qısaldılmasını sürətləndirməyə ehtiyac olmur

və ya onu gücləndirmək lazım gəlmir. Beləliklə, istehsal daxili və xarici logistika arasında üzvi əlaqələr meydana çıxır.

Müasir bazar ənənələri həm istehsal, həm də satış sferasında digər amillərlə bərabər vaxt amilinin də güclənməsinə gətirib çıxarıb. Hazır məhsulların tədavül kanallarından ötür keçməsi həm istehsalçıların, həm də bazara malyeridilişini təşkil edən logistik vasitəçilərin böyük maliyyə vəsaitləri və vaxt sərfi hesabına başa gəlir. İstehsal sahələrində məhsul istehsalına çəkilən vaxt məsrəfi, bu məhsulların müxtəlif səviyyəli satış kanalları vasitəsilə reallaşmasına çəkilən vaxt məsrəfindən olduqca azdır. İstehsal sferasında vaxt sərfi ona görə azlıq təşkil edir ki, əksər firmalar hazır məhsulun hazırlanması üçün eyni müasir çevik avtomatlaşdırılmış və robotlaşdırılmış istehsal texnologiyalarından istifadə edirlər. Bu da istehsal sahələrinin manevr etmək imkanlarını bölüşdürmə sferasına nisbətən artırır. Digər tərəfdən istehsal dövrünün uzunluğunun qısaltılması üçün bir çox firmaların «*resurslara tələbatın planlaşdırılması; KANBAN; optimal istehsal texnologiyaları*» və s. sistemlərin yeni modifikasiyalarını tətbiq etməklə istehsal daxili mövcud mikrologistik sistemləri mütəmadi olaraq təkmilləşdirirlər.

Logistik menecmentlə operativ (əməli) menecment arasında qarşılıqlı əlaqə, onların qarşılıqlı fəaliyyəti hər şeydən əvvəl istehsal edilən hazır məhsullara mövsümi tələbatın aşkar edilməsi və bu xarakterli tələbin uçota alınması probleminəndən ibarətdir. Aydın ki, müasir elmi metodlardan nə səviyyədə istifadə olunsa da belə bir tələbin əvvəlcədən proqnozlaşdırılması (müəyyənləşdirilməsi) həmişə mümkün olmur. Odur ki, istehsalçı firmalar faktiki satış həcminin itirilməsindən özlərini sığortaladığı üçün hazır məhsul istehsalı həcmi artırmağa səy göstərirlər. Bu da öz növbəsində həm istehsalçılarda, həm də bölüşdürmə şəbəkələrində hazır məhsullar və onların istehsalı üçün zəruri hesab edilən ayrı-ayrı ünsürlər üzrə ehtiyatların yaradılması və

saxlanmasına çəkilən məsrəflərin artmasına səbəb olur. Belə bir halda logistik menecmentin vəzifəsi hazır məhsulların mövsümi ehtiyatının yaradılması üçün istehsal və bölüşdürmə şəbəkələrində ümumi məsrəfləri optimallaşdırmaqdan ibarətdir.

İstehsal üçün material resurslarının tədarükünün idarə edilməsi kimi logistik funksiya böyük əhəmiyyət daşıyır. Tədarükün idarə edilməsinə müasir yanaşma «*dəqiq vaxtında*» konsepsiyasına və istehsalçılarda (məhsulgöndərənlərdə) yaradılan material resursları üzrə ehtiyatların səviyyəsinin minimumlaşdırılmasına əsaslanır. Material resurslarının vaxtında sifariş verilməməsi, tədarük bazarlarının və bu bazarlarda potensial məhsulgöndərənlərin məqsədyönlü seçilməməsi, material resurslarının tələb olunan vaxtda və zəruri kəmiyyətdə (keyfiyyətdə) istehsal yerlərinə çatdırılmaması, istehsal sahələrində zəmanətli (sığorta) ehtiyatın yaradılmaması istehsal tsiklində fasilələrin əmələ gəlməsinə, istehsal güclərinin tam yüklənməsinə imkan verir və məhsulun maya dəyərini artırır. Bir sıra qərb firmalarında əldə edilməsi istehsalçı firma üçün mürəkkəblik yaradan bəzi növ material resursları üzrə ehtiyatların zəruri səviyyəsinin təmin edilməsinə görə cavabdehlik məsuliyyəti tədarükətlə məşğul olan firmadan kənar logistik menecerlərə həvalə edilir. Bu isə logistik cavabdehlik üzrə mövcud sərhədlərin genişlənməsi deməkdir.

Logistika ilə operativ (əməli) menecment arasında qarşılıqlı əlaqənin digər formasını hazır məhsulların qablaşdırılması məsələsi təşkil edir. Bu zaman marketing və logistika arasında qarşılıqlı əlaqədən fərqli olaraq qablaşdırma prosesinin özünə, habelə qablaşdırmanın yerinə yetirilməsi üçün lazım olan taraların istehsalına logistik yanaşma hər şeydən əvvəl əmtəlik məhsulları ətraf mühitin neqativ təsirlərindən qorumaq, məhsulların istehlak xassələrini qoruyub saxlamaq, məhsulların anbarlaşdırılması, nəql edilməsi və istehlakı prosesini sadələşdirmək, bazar segmenta-

siyasına və satış kanallarına təsir etmək, yeni məhsul və ya onun obrazının yaradılmasına təsir göstərmək, satış üçün optimal vahidləri (həcm və çəki) yaratmaqdan ibarətdir.

İqtisadiyyatın müasir inkişaf səviyyəsində (o cümlədən qlobal planda) logistika ilə istehsal arasında qarşılıqlı əlaqənin mahiyyətində: «hazır məhsul üçün lazım olan üsürləri istehsal etməli və ya almalı?» kimi mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələnin həlli durur. Hazır məhsulların müxtəlif səviyyəli bölgü kanallarında fiziki bölüşdürülməsinə çəkilən məsrəflərin böyük olmasını nəzərə alaraq əvvəllər istehlakçılar üçün məhsul istehsal edən əksər firmalar belə hesab edirdilər ki, hal – hazırda bazarın tələb etdiyi əmtəəlik məhsulların komponentlərini - üsürlərini hazırlamaq və bu komponentləri vasitəçilik missiyasını yerinə - yetirən topdansa satış firmalarına satmaq daha əlverişlidir. Belə bir halda xarici logistikanın (marketinq və satışın) istehsala (daxili logistikaya) təsir dərəcəsi firmanın istehsal bölmələrinin (yığım) müəyyən zonalarda yerləşdirilməsi və ya satış sistemləri (hazır məhsul anbarlarının istehlakçılar üçün əlverişli ərazidə yerləşdirilməsi; nəqliyyat üsulları və vasitələri; məhsulların anbarlaşdırılması və ya saxlanması proseduru; hazır məhsul ehtiyatlarının idarə edilməsi və s.) kimi məsələlər haqqında xüsusi qərarların qəbul edilməsi səviyyəsindən asılıdır.

Sərt rəqabətlə xarakterizə olunan müasir biznesdə logistikanın başlıca rolu istehlakçılara servis xidmətinin (son istehlakçıları məhsuldaşımalar üzrə xidmətlərlə təmin etmək, hazır məhsul istehlakçıları üçün satışdan əvvəl və sonrakı servis xidmətlər kompleksini həyata keçirmək) göstərilməsindən ibarətdir. Bu mənada hətta qərbdə «logistik servis» anlayışından da istifadə olunur. Servis qərb firmalarının marketinq üzrə strategiyalarında həlledici elementlərindən biri olmaqla marketinq və logistika arasında qarşılıqlı əlaqələri gücləndirir. Tam dəyər silsiləsinin formalaşmasında servis əsas rol oynayır. Belə ki, sərt rəqabət şərai-

tində servis xidmətinin səviyyəsi son nəticədə istehlakçılar üçün başlıca arqument hesab edilir. Müasir iqtisadi şəraitdə servis sahəsində rəqabət üstünlüklərinə nail olunması ilk növbədə istehlakçılara geniş çeşidli servis xidmətlərinin göstərilməsi (məhsulların bazara çıxışının təmin edilməsi, nəqliyyat, təmir, məhsul istehlakçıların ehtiyat hissələri ilə təchizatı, istehsal vasitələrinə texniki qulluğun yerinə yetirilməsi, istifadəyə yararlı olmayan məhsulların geri qaytarılmasına zəmanət verilməsi və s.) və xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsi nəticəsində təmin edilir. Servisin sadalanan bu funksiyaları logistik menecmentin birbaşa obyektleridir. Logistik menecment məhsuldaşımaların keyfiyyətinə və etibarlılığına (yüklərin kəmiyyət və keyfiyyət parametrləri üzrə tam saxlanması, tələb olunan yerdə və vaxtda məhsulların çatdırılması) zəmanət verməli, mümkün təsərrüfat risklərini sığortalamaq, istehsal yerlərinin lazımı ehtiyat hissələrlə təchiz edilməsində mövcud səviyyəni qoruyub saxlamalı, aşkar edilmiş qüsurlara görə istehlakçıların məhsullardan imtina etdiyi hallarda bu məhsulların təcili geri qaytarılmasını həyata keçirməlidir. Bundan başqa, logistik menecment servis bazarının tələbini proqnozlaşdırmalı və buna uyğun öz taktikasını formalaşdırmalıdır. Servisin təşkili zamanı firmaların logistik mövqeyi servis xidmətinin istehlakçılara çatdırılması və satışdan sonrakı servis xidmətinin təşkili üzrə effektiv sistemin qurulması və tətbiqindən ibarətdir.

Firmanın bütün, o cümlədən logistik funksiyalarının həyata keçirilməsi bu və ya digər dərəcədə həyatın idarə edilməsilə əlaqədardır. Burada söhbət əsasən firmanın bütün struktur bölmələrində, o cümlədən logistik sistemin həlqələrində çalışan heyətin- personalın seçilməsi, yerləşdirilməsi, öyrədilməsi, təkmilləşdirilməsi, habelə maddi və mənəvi həvəsləndirilməsindən gedir. Bu mənada logistik menecmentin ali səviyyəsində strateji problemləri müəyyənləşdirə bilən, firmanın logistik missiyası tərəfindən qoyulan məqsədlərin

reallaşdırılması üçün logistik sistemin bütün həlqələrini əlaqələndirməyi bacaran kadrların (məsələn, logistika şöbəsinin müdiri, integral logistik menecment) seçilməsi və yerləşdirilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Logistikanın investisiya və innovasiya menecmentilə qarşılıqlı fəaliyyəti firmanın texniki və texnoloji siyasəti sahəsində qarşılıqlı iqtisadi maraqların sferasını müəyyənləşdirir. İstehsal tsiklinin uzunluğunun və hazır məhsulun fiziki – kimyəvi xassələrinin dəyişilməsilə nəticələnən qabaqcıl istehsal texnologiyalarının əldə edilməsinə yönəldilən investisiya siyasəti logistik menecment qarşısında istehsalın əlavə material resursları ilə təmin edilməsi, istehsal daxili logistik funksiyaların dəyişilməsi, satış zamanı əlavə logistik xidmətlərin göstərilməsi və s. ilə əlaqədar yeni problemlər qoyur. Digər tərəfdən isə müasir nəqliyyat və kommunikasiya vasitələrinin, hesablama texnikasının əldə edilməsi, habelə anbar avadanlıqlarının yeniləşdirilməsi və yüklərin emalı üzrə yeni avadanlıqların alınması məqsədinə xidmət edən investisiya vəsaitləri logistik menecmentə səmərəli qərarların qəbul edilməsi üçün geniş imkanlar yaradır.

Logistikanın firmanın infrastrukturunu ilə qarşılıqlı əlaqəsi logistika ilə ümumi menecment, maliyyə, planlaşdırma, mühasibat uçotu və audit, keyfiyyətin idarə edilməsi və s. bu kimi funksional sferalar arasında münasibətləri özündə birləşdirir. Firmadaxili strateji, taktiki və operativ planlaşdırmada logistik planlaşdırmaya xüsusi önəm verilir. Bu zaman planlaşdırma bütün səviyyələrdə firma tərəfindən layihələşdirilən logistik sistemlər çərçivəsində bütün funksiyaları (logistik) əhatə edir.

Logistikanın menecmentin digər bir sahəsi – maliyyə menecmenti ilə qarşılıqlı əlaqəsi hər şeydən əvvəl firmanın dövriyyə kapitalının həcmi və dövr sürətində təzahür edir. Belə ki, dövriyyə kapitalının böyük bir hissəsini material resursları və hazır məhsulların ehtiyat formasında dondurulan pul vəsaitləri təşkil edir. Buna görə də firmanın logistik

menecmentinin yerinə yetirdiyi vacib funksiya ehtiyatların səviyyəsinin azaldılması ilə dövriyyə kapitalının dövr sürətinə birbaşa təsir göstərən müvafiq logistik qərarların qəbul edilməsindən ibarətdir. İstər istehsal, istərsə də əmtəlik ehtiyatları optimal idarə etməklə onların səviyyəsinə müxtəlif metodlarla nəzarət işi həyata keçirilir və bu da nəticə etibarlı ilə dövriyyə kapitalının dövr sürətini artırır. Azad olunan maliyyə vəsaitləri isə istehsal və ya xidmət sahələrini maliyyələşdirmək üçün istifadə olunur.

Qarşılıqlı əlaqənin digər mühüm aspekti ümumi məsrəflər konsepsiyasına aid edilir. Xarici logistik kanallarda transaksiyon xərclər firmadaxili logistik xərclərlə eyniyyət təşkil edir, bəzi hallarda isə hazır məhsulun maya dəyərindən yüksək olur. Buna görə də maliyyə menecmenti logistik menecmentlə birlikdə bütün səylərini material resurslarının tədarükü və hazır məhsulun satışı ilə bağlı transaksiyon xərclərinin azaldılması yollarının, mənbələrinin (məsələn, optimal nəqliyyat marşrutları və vasitələrinin seçilməsi, əlverişli tədarük və satış bazarlarının müəyyənləşdirilməsi, tələb olunan həcmdə ehtiyatların yaradılması və s.) axtarılması istiqamətində səfərbər etməlidirlər.

Maliyyə baxımından maliyyə menecmentinə yaxın olan və ondan bir sıra spesifik xüsusiyyətlərinə görə fərqlənən digər bir cəhət isə logistika ilə firmanın mövcud mühasibat uçotu və hesabat sistemi arasındakı qarşılıqlı əlaqədən ibarətdir. Qeyd edildiyi kimi bu sistem əvvəllər tam logistik xərcləri tərkibcə müəyyənləşdirməyə qadir olmadığından dünya təsərrüfat sistemində logistikanın inkişafına bir növ maneələr yaradırdı. Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf etmiş konkret bir ölkədə uçotun standart tələbləri baxımından firmanın mühasibat uçotu sistemi və hesabatlığı adekvat idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi üçün logistik kanallar və ya dövrlərdə yaranan əsas xərc ünsürlərinin aşkar edilməsi, təhlili və onlara nəzarətin aparılmasına imkan verməlidir.

Beləliklə, logistika təchizat, istehsal, marketinq, bölüşdürmə və satışın təşkili kimi firmanın baza funksiyaları arasında qarşılıqlı əlaqələrə vəhdət halında yanaşmaq və bu əlaqələri yaxşılaşdırmaq üçün həm aktiv, həm də integrativ potensiala malikdir. Məsələn, marketinq informasiyalarını formalaşdırən zaman logistik menecment istehsala təsir edir, istehsal – texniki tsikli optimallaşdırır və məhsulların xarakteristikasını yaxşılaşdırır. Təchizat, istehsal və satış mərhələlərində material resursları və hazır məhsul ehtiyatlarının rasional idarə edilməsini həyata keçirən logistika ümumi məsrəfləri azaldır, hazır məhsulun qiymətini aşağı salır və nəticədə firmanın bazardakı strateji mövqeyini möhkəmləndirir. Logistik menecment marketinq tədqiqatlarının aparılması nəticəsində satışın pronozlaşdırılan həcminə uyğun olaraq material resurslarının tədarükat həcmilə hazır məhsulun istehsal həcmi arasında funksional əlaqələrin səmərəliliyinə təminat verir.

Deməli, logistik menecment firmanın bazar dayanıqlılığına imkan yaratmaqla marketinq, istehsal və maliyyə arasında qarşılıqlı əlaqələri aradan qaldırır və firma səviyyəsində qəbul edilən qərarları optimallaşdırır.

FƏSİL 5 ƏSAS LOGİSTİK KONSEPSİYALAR

5.1. FİRMALARIN LOGİSTİK KONSEPSİYASI

Konsepsiya baxışlar sistemi olub hadisə və proseslərin bu və ya digər dərəcədə başa düşülməsi kimi izah edilir;

İqtisadiyyatın logistikləşdirilməsi prosesinin dərk edilməsi, öyrənilməsi material və onlara bərabər tutulan maliyyə və informasiya axınlarının ilkin mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər hərəkətilə bağlı yerinə yetirilən əməliyyatlar logistik yanaşma ideyasının başa düşülməsinə əsaslanır. İstehsal, kommersiya, sahibkarlıq və təsərrüfat fəaliyyətinin digər növləri kimi material axınlarının idarə edilməsi ilə əlaqədar olan fəaliyyət də ilkin inkişaf mərhələsindən başlayaraq müxtəlif dövrlərdə insanlar tərəfindən həyata keçirilmişdir. Bu baxımdan material axınlarının idarə edilməsinə logistik yanaşmada yenilik hər şeydən əvvəl ayrı-ayrı təsərrüfat fəaliyyəti növləri arasında material axınlarının idarə edilməsi üzrə fəaliyyətin prioritet üstünlük kəsb etməsi, habelə iqtisadiyyat inkişaf etdikcə onun müxtəlif təsərrüfat subyektləri üçün rolunun artması, güclənməsindən ibarətdir.

Bazar iqtisadiyyatının əsas həlledici həlqələrindən olan firmalar (müəssisələr) cəmiyyət üzvlərinə lazım olan hazır məhsulların istehsalçısı və eyni zamanda bu məhsulların hazırlanması üçün lazım olan material resurslarının istehlakçısı kimi ikili funksiyaları yerinə yetirirlər. Bu zaman firmaların (müəssisələrin) bazar subyektləri arasında davranış tərzini firmanın məhsul istehsalına və ya onun hazırlanması üçün zəruri olan material resurslarının nəql edilməsi və ya saxlanılmasına çəkdikləri xərclərin səviyyəsi, təsərrüfat fəaliyyətinin iqtisadi effektivliyi, istehsal olunan məhsullara tələb və onların qiyməti, firmanın nizamnamə kapitalının həcmi, bazarda mövcud rəqabətin vəziyyəti, istehlakçıların tədiyyə qabiliyyəti və sair amillərə görə müəyyənləşdirir.

lir.

Kibernetik yanaşma baxımından firmalar (müəssisələr) girişində material resursları çıxışında hazır məhsul olan «qara yeşiyə» bənzəyir. Firmanın giriş və çıxış parametrləri arasında əlaqələndirmə funksiyası son nəticədə onun rəqabət qabiliyyətini təyin edir. Başqa sözlə, çıxış parametrləri məhsul satışından və ya xidmətlərin göstərilməsindən əldə edilən gəlir əhəmiyyətli dərəcədə firmanın xarici mühiti ilə determinləşdirilir. Daha doğrusu, çıxış parametrlərinin yaxşılaşdırılması istehlakçıların zəruri məhsullara olan tələbatını dolğun ödəməklə firmanın marketinq strategiyasının düzgün qurulması və rəqabət qabiliyyətinə malik yüksək keyfiyyətli məhsul istehsalına əsaslanır. Odur ki, məhsullara tələbat və tarazlaşdırılmış bazar qiymətləri kimi göstəricilər firmanın xarici mühitini xarakterizə edən amillər olduqlarından onlar çıxış parametrlərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Çıxış parametrlərinin yaxşılaşdırılması eyni zamanda xarici faktorlarla yanaşı firmadaxili logistik mühiti xarakterizə edən məhsulların material tutumu, fond verimi və əmək məhsuldarlığı göstəricilərindən də asılıdır.

Sənaye istehsalı sahəsində müəssisələrin iqtisadi fəaliyyətlərini xarakterizə edən mühüm göstəricilərdən biri avadanlıqların optimal yüklənməsi göstəricisidir. Bu hər şeydən əvvəl maşın və aqreqlərin müəssisənin əsas fondlarında böyük xüsusi çəkiyə və ümumi xərclər içərisində istehsal xərclərinin əhəmiyyətli paya malik olması ilə izah edilir. Başqa sözlə, istehsalçı müəssisələrinin fond tutumu göstəricisi fond verimi göstəricisini üstələməməsi üçün mövcud avadanlıqların optimal yüklənməsi mikroiqtişadiyyatın vacib problemlərindən biri hesab olunur. Buna görə də avadanlıqların tələb olunan səviyyədə yüklənməsi müəssisənin məhsul istehsalı üzrə strategiyasının hazırlanması zamanı ən mühüm məqsədlərdən birini təşkil etməlidir.

İnzibati-amirlik dövründə həm strateji planlaşdırma, həm də müəssisələrin idarə edilməsi aspektindən qeyd edilən

bu tələb sifarişlərin yerinə yetirilməsi müddətlərinə yüksək səviyyədə riayət olunması, ehtiyatların tələb olunandan aşağı səviyyədə yaradılması və optimal idarə edilməsi, material resurslarının istehsal mərhələsindən qısa vaxt kəsiyində keçməsi kimi göstəricilərə üstün yer vermək məqsədinə xidmət edirdi. Lakin bazar iqtisadiyyatı şəraitində logistik metodlara istinad etmədən ənənəvi üsullarla istər makro səviyyədə sifariş paketlərinin verilməsi və onların konkret müəyyən edilmiş müddətlərdə yerinə yetirilməsinə riayət etmək, istərsə də mikro aspektdə ehtiyatların səviyyəsini optimallaşdırmaq və istehsalı alıcı bazarının tələbləri nöqtəyi – nəzərindən təşkil etmək qeyri -mümkündür. Buna görə də firma daxilində və ya ondan kənarında cərəyan edən logistik proseslərin mahiyyətini xarakterizə etmək və səciyyələndirmək üçün logistika elmi idarəetmənin bir sahəsi kimi aşağıdakı kateqoriyalara əsaslanır:

- **Nəqliyyat – tədarükat xərcləri.** Bu xərclər məhsul istehsalı üçün zəruri olan ayrı-ayrı material resurslarına sifarişlərin verilməsi prosedurunun təşkili və onların həyata keçirilməsi, material qiymətlilərinin tədarükü və nəql edilməsi ilə əlaqədar çəkilən məsrəfləri xarakterizə edir. Praktiki olaraq nəqliyyat - tədarükat xərcləri logistik xərclərin bir hissəsini təşkil etməklə bərabər məhsulgöndərənlər şəbəkəsinin formalaşması, onların seçilməsi və qiymətləndirilməsi, eləcə də nəqliyyat, poçt – teleqraf, ezamiyyət, yolda olan məhsulların təbii itki norması çərçivəsində çatışmaması və ya itkisi ilə bağlı çəkilən xərcləri də özündə əks etdirir.

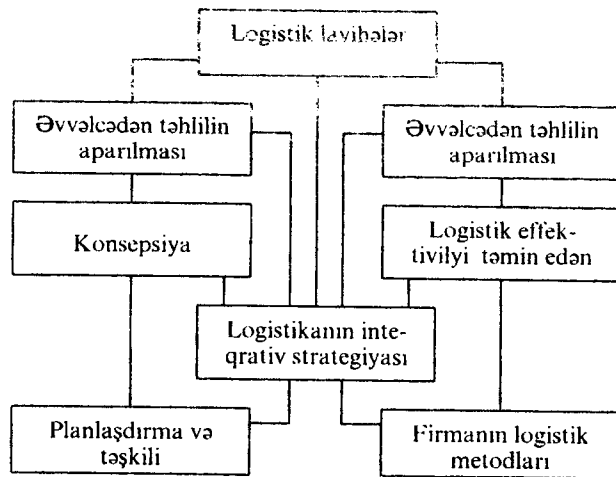
- **Ehtiyatların yaradılması və saxlanması xərcləri** istehsal prosesinin fasiləsiz yerinə yetirilməsi və bu əsasda hazır məhsul üzrə alıcıların sifarişlərinin vaxtında icra edilməsi məqsədilə ehtiyatların yaradılması və onlara cari xidmətin (vergilərin verilməsi, inventarlaşdırmanın aparılması, bank kreditlərinə görə faizlərin ödənilməsi və s.) həyata keçirilməsinə, ehtiyatların saxlanması və təsərrüfat risklərinin sığortalaşdırılmasına istehlakçı firmaların çəkdiyi xərc-

lərdən ibarətdir.

- **Nəqliyyat xərcləri** istehsal ediləcək hazır məhsulların substansiyasını təşkil edən material resurslarının, hazır məhsulların özlərinin və dəstləşdirici məmulatların istehsalçı müəssisələrdən istehlakçı müəssisələrə daşınmasına çəkilən nəqliyyat – tədarükat xərclərinin bir qismi olmaqla bura tarif haqları, yükləmə – boşaltma işlərinə sərf edilən məsrəflər və ekspeditor xidməti üzrə xərclər aid edilir.

- **Anbar xərcləri** anbarların tikilməsi və saxlanması, anbar heyətinə əmək haqqının verilməsi, inzibati-idarəetmə xərcləri, təbii itki norması daxilində anbarda saxlanılan məhsulların itkisi nəticəsində onların dəyərinin ödənilməsi ilə əlaqədar xərcləri özündə əks etdirir.

Firmalar üçün logistik yanaşma sistemli dərk etmə, bütövlük, ümumi xərclərin optimallaşdırılması, vahid rəhbərlik və sairəni nəzərdə tutduğundan logistik strategiyanın reallaşdırılması zamanı onun əsas vəzifəsi şəkil 5.1 - də verilmiş formada ola bilər.



Şəkil 5.1. Firmanın integrativ logistik strategiyasının reallaşdırılmasının əsas vəzifələri

Qeyd edildiyi kimi logistik layihələşdirmə zamanı firma üçün logistikanın tətbiq imkanlarının müəyyənləşdirilməsi məqsədilə əvvəlcədən müvafiq təhlilin aparılması onun bu firmada vəzifələrinin və bütövlükdə missiyasının müəyyənləşdirilməsinə şərait yaradır. Bu zaman aşağıdakı kateqoriyalar təhlil obyektinə kimi çıxış edir:

- **firmanın təşkilati strukturu, başqa sözlə firmanın normal fəaliyyətini təmin edən sistem yaradıcı elementlər arasında sadələşdirilmiş əlaqələr məcmusunun təhlili.** Qeyd edilən bu kateqoriya əsasında təhlilin aparılması bir qayda olaraq üç istiqamətə: a) dəyər və natural göstəricilərlə ölçülən, firma daxilində istehsal edilən müxtəlif növə və təyinatə malik məhsullar və ya göstərilən xidmətlər arasında qarşılıqlı münasibətlərə əsaslanan istehsal strukturu, b) əməliyyatların ardıcılığı prinsipi üzrə texniki və kooperativ əlaqələrə malik firmanın idarəetmə orqanlarının tərkibi, c) idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi və reallaşdırılmasında qarşılıqlı rəhbərliyi təmin edən xüsusi alt sistemlər, eləcə də ümumi idarəetmə sistemi üzrə təhlilin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur.

- **istehlakçıların sifarişlərinin yerləşdirilməsi, məhsul satışının və ümumi əmtəə dövriyyəsinin planlaşdırılması, istehsalın və istehsal güclərinin optimal yüklənməsinin planlaşdırılması, istehsalın material resursları, istehsal avadanlıqlarının işə ehtiyat hissələri ilə təminatının təşkil və idarə edilməsini həyata keçirə bilən logistik metod və üsulların təhlili;**

- **məhsul və xidmətlərin (ardıcıl texnoloji dövrlər üzrə), istehlakçıların (iri müştərilərin seçilməsi), ehtiyatların (istehsal və əmtəəlik) və məhsulgöndərmələrin (tranzit və ya anbar, kiçik və ya iri) tərkibinin təhlili;**

- **xarakter, istiqamət və intensivliyinə görə material axınlarının tərkibinin və istehsal güclərinin yüklənməsinin təhlili;**

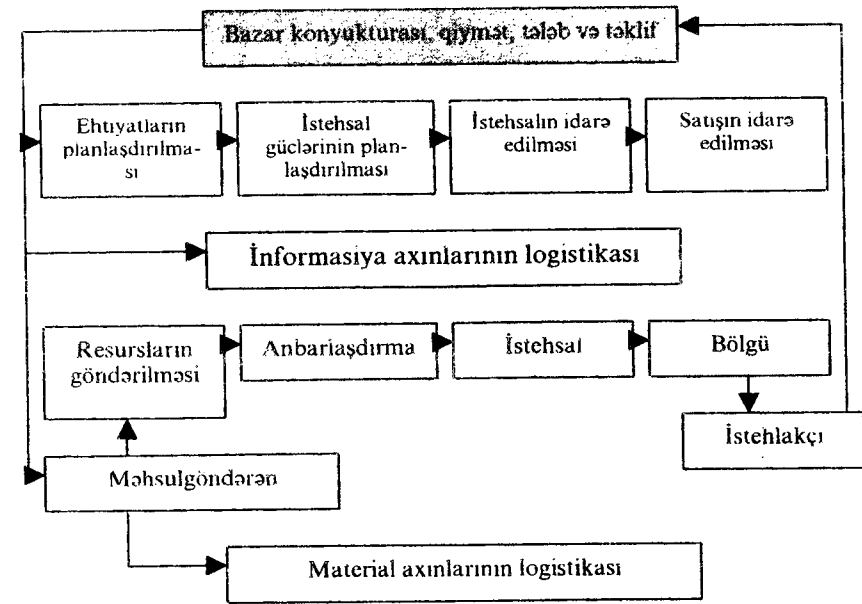
- **logistik xərclər də daxil olmaqla firmanın ümumi**

xərclərinin tərkibinin təhlili.

Logistikanın effektivlik amillərinin müəyyənləşdirilməsi bu sırada ikinci mühüm vəzifə olmaqla firmanın makro və mikrologistik strategiyasının işlənilib hazırlanması üçün əsas hesab olunur. Və eyni zamanda nəzərə alsaq ki, firmaların müasir mərhələdə iqtisadi cəhətdən inkişafı istehsalçı firmaların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi, gəlirlərin, mənfəətin, rentabelliğin, əmtəə dövriyyəsi və məhsul satışı həcmində artırılması ilə xarakterizə olunur belə bir şəraitdə istehlakçılar üçün əlverişli olan alıcı bazarı bu firmaların logistik strategiyasına təsir etməklə yanaşı aşağıdakı göstəricilərin yaxılaşdırılmasına xidmət etməlidir:

- məhsulgöndərmələr üzrə əldə edilmiş razılıqlara (məhsulların kəmiyyət və keyfiyyət aspektinə görə) və müddətlərə (tələb olunan müddət) riayət edilməsi;
- sifarişlərin verilməsi prosedurunun sadələşdirilməsi və onların keçid mərhələləri və müddətlərinin qısaldılması;
- logistik sistemlərin bazar çevikliyinin yüksəldilməsi;
- firmalar üçün zəruri olan texniki və iqtisadi informasiyaların əldə edilməsi imkanlarının və mənbələrinin artırılması.

Logistik strategiyanın işlənilib hazırlanmasında üçüncü əsas vəzifə logistikanın sahibkarlıq fəaliyyətinin tələbləri baxımından formalaşan konsepsiyası və bu əsasda logistik tədbirlərin planlaşdırılması və təşkilindən ibarətdir. Bu zaman firmanın optimal idarəetmə strukturunun seçilməsi, təşkil edilməsi, işçi heyətinin tərkibi və sair xarakterli kompleks məsələlərin «məsrəf – nəticə» süzğəcindən keçməklə həll edilməsi konseptual yanaşma tələb edir. Firmaların logistik quruluşu şəkil 5.2-də verilmişdir.



Şəkil 5.2. Firmaların logistik strukturu

Ümumiyyətlə, logistik sistemlər firmanın digər struktur bölmələri ilə qarşılıqlı əlaqədə fəaliyyət göstərirlər. Çünki, rəqabət mübarizəsinin müasir mərhələsi və səviyyəsində meydana çıxan və material axınlarının idarə edilməsi kimi məsul bir vəzifəni yerinə yetirən logistika həm istehsalçı, həm də istehlakçı firmaların bu və ya digər bölmələri üçün strateji baxımdan məqsədyönlü və konkret məsələlər müəyyənləşdirir və onların icra edilməsinə nəzarət işini həyata keçirir. Logistik sistemlərin firmadaxili funksional bölmələr və sair fəaliyyət sahələri ilə belə qarşılıqlı əlaqələrinin xarakterik cəhətləri yuxarıda qeyd edilən şəkildə verilmişdir.

5.2. «DƏQİQ VAXTINDA» LOGİSTİK KONSEPSİYASI

Dünya təsərrüfat sistemində ən geniş yayılmış mikrologistik konsepsiyalardan biri **JIT (just –in-time)** «dəqiq vaxtında» konsepsiyası hesab edilir. Bu sistem ilk dəfə yapon istehsalçıları tərəfindən təklif edilmiş və verdiyi iqtisadi səmərə baxımından özünü ABS – da da təsdiq etmişdir. Daha doğrusu, bu konsepsiyanın meydana gəlməsi Yaponiyanın Toyota Motors və digər avtomobil şirkətlərinin KANBAN mikrologistik sisteminin geniş tətbiq edilməyə başladığı ötən əsrin 50 – ci illərinə təsadüf edir. Bir qədər sonra KANBAN mikrologistik sistemindən avtomobil sənayesində istifadə etməyə cəhd edən amerikalılar da onu «dəqiq vaxtında» konsepsiyası adlandırmışlar. Bu konsepsiyanın tətbiq edildiyi ilk illərdə başlıca məqsəd avtomobil və ya onun ehtiyat hissələrinin hazırlanması ilə bağlı istehsal prosesinin fasiləsiz getməsi üçün istənilən növə və təyinatə malik material resursları üzrə ehtiyatların yaradılmamasından ibarət idi. Başqa sözlə, «dəqiq vaxtında» konsepsiyası məntiqi baxımdan əmtəlik məhsulun istehsalı üçün lazım olan material resursları üzrə ehtiyatların səviyyəsini mövcud məhsul partiyasının istehsalına lazım olan həddə qədər minimumlaşdırmaqdan ibarətdir. Bu isə öz növbəsində məhsulgöndərənlərdən 100% keyfiyyətli məhsulların göndərilməsini tələb edir. Çünki istər məhsulgöndərənlərin, istərsə də istehsalçıların hazır məhsul anbarlarında sığorta ehtiyatı yaradılmadığından göndərilən hər bir material resursu – hissə və ya qovşaq mütləq keyfiyyət üzrə standart tələblərə cavab verməlidir. Ehtiyatların minimum həddə qədər azaldılması göndərilən məhsulların keyfiyyəti problemini və məhsulgöndərənlərin servis xidməti məsələsini ön plana çəkməklə məhsulgöndərənlər və nəqletmə işlərini həyata keçirən departamentlər (agentlər) qarşısına keyfiyyətin yüksəldilməsi tələbini qoyur. Yəni, məhsulgöndərənlər özlə-

rinin istehsal texnologiyasını JIT sistemi üzrə fəaliyyət göstərən istehlakçılara inteqrasiya etməyə tədricən vərdiş edirlər. Bu isə o deməkdir ki, məhsulgöndərənlər də keyfiyyətli məhsul istehsal etmək və bu məhsulları tələb olunan yerə vaxtında və keyfiyyətli çatdırmaq üçün özlərindən asılı olmayan obyektiv amillərin təsiri altında JIT sistemini tətbiq edirlər.

Deməli, «dəqiq vaxtında» konsepsiyası bir tərəfdən hazır məhsul istehsalı üçün zəruri hesab edilən material resursları üzrə ehtiyatların minimumlaşdırılmasına əsaslanırsa, digər tərəfdən göndəriləcək material resurslarının, habelə hazır məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsinə xidmət edir.

İstehlakçılar məhsulgöndərənlərə günlük və ya dəqiq göndərmə saatları nəzərdə tutulan ciddi qrafiklər üzrə sifarişlər verir. Sifarişlərin tərtib edilməsinə çəkilən xərclər o qədər də böyük olmadığından istehsalçı firmalar ehtiyatların saxlanmasına çəkilən xərcləri minimumlaşdırmaq məqsədilə məhsulgöndərənlərə tez – tez sifariş paketlərinin təqdim edilməsində daha maraqlıdır. Ehtiyatların bərpa edilməsi və məhsulgöndərmələrin etibarlılığı kimi göstəricilər JIT sistemi üzrə işləyən istənilən istehsalçıyı, meneceri narahat etdiyindən onlar bu vaxtın qısaldılmasına və məhsulgöndərmələrin etibarlılığının maksimumlaşdırılmasına səy göstərməlidirlər. Daha doğrusu, təsdiq edilmiş istehsal qrafiklərinə (cədvəllərinə) uyğun olaraq burada material axınlarının hərəkəti elə təşkil edilməlidir ki, istehsalın təşkili və ya hazır məhsulun yığılması üçün lazım olan bütün material və yarımfabrikatlar təyin edilmiş vaxtda, tələb olunan həcmdə lazımı yerə çatdırılsın. Məsələnin belə qoyuluşu konkret zaman kəsiyi üçün maliyyə vəsaitlərinin əmtəə formasında dondurulmasına imkan verən sığorta ehtiyatlarının yaradılmasına ehtiyacı aradan qaldırır.

JIT sistemi ayrı-ayrı sifarişlər üzrə məhsulların hazırlanmasında geniş tətbiq edilir. İstehlakçı tələbini dəqiq və

vaxtında proqnozlaşdırılan pərakəndə ticarət şəbəkələrinin də qeyd olunan konsepsiyadan istifadə etmələri bu fəaliyyətlə məşğul olan firmalarda mənfəətin artmasına gətirib çıxarır. Eyni zamanda «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının məhsulları mövsümi xarakter daşıyan sənaye sahələrində geniş tətbiq edilməsi məqsədəuyğun deyil.

Logistik nöqtəyi – nəzərdən «dəqiq vaxtında» (JIT) konsepsiyası ehtiyatların kifayət qədər sadə (binar) məntiqli idarə edilmə forması olmaqla onların aşağı həddinə - səviyyəsinin minimumlaşdırılmasına hər hansı ixtiyarı məhdud tələblər qoymur. Bu zaman müxtəlif səviyyəli logistik kanallarda material axınlarını əmələ gətirən xammal, material və yarımfabrikatların cari həcmi hazır məhsul istehsalı proqramı baxımından onlara tələbatın cari həcmi ilə ahəngdarlıq təşkil edir. Yəni, istehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün nə qədər material resursları tələb olunursa, material axınlarının həcmi məhz bu tələbatın səviyyəsi qədər olur. Buna görə də heç bir ehtiyat növünün yaradılmasına ehtiyac qalmır. Belə bir ahəngdarlığa (sinxronluğa) iki bazis funksiyasının (aktivin) - təchizat və istehsal menecmentinin əlaqələndirilməsi nəticəsində nail olunur. İstehsal sahələri ilə (əməli menecmentlə) təchizat arasında uyğunluq, ahəngdarlıq əldə edildikdən sonra «dəqiq vaxtında» logistik konsepsiyasından tədricən məhsulların fiziki bölüşdürülməsi, hazır məhsulların satış sistemində istifadə olunmağa başlandı və hal – hazırda makrologistik sistemlərdə geniş tətbiq edilir.

Daha doğrusu, «dəqiq vaxtında» konsepsiyası birinci mərhələdə hazır məhsulun istehsal həcmi ilə tələb olunan zəruri material resurslarının həcmi arasında (istehsal sahələrinə istehsal ehtiyatı yaratmadan tələb olunan həcmdə material resursları göndərildiyindən) ahəngdarlığı, ikinci mərhələdə isə istehsal proqramı ilə məhsulların fiziki bölüşdürülməsi kanalları – satış şəbəkələri (satış şəbəkələrində əmtəlik ehtiyatlar yaratmadan satış kanallarının

«həzm» edə biləcəyi səviyyədə hazır məhsullar qəbul edildiyindən) arasında ahəngdarlığı təmin edir.

Müasir biznesin müxtəlif sahələrində «Dəqiq vaxtında» (JIT) logistik konsepsiyasına yanaşmalarda geniş ekspansiyanı nəzərə alaraq aşağıdakı təyinatları vermək olar:

«Dəqiq vaxtında» logistik konsepsiyası ehtiyatları formalaşdırmaq və onların saxlanması ilə bağlı xərcləri minimumlaşdırmaq məqsədilə hər bir təsərrüfat subyektinin zəruri həcmdə material resursları, bitməmiş istehsal qalığı, hazır məhsullarla təmin edilməsi (çatdırılması) üçün istehsal (əməli menecmentdə), təchizat və məhsulların fiziki bölüşdürülməsi prosesləri arasında sinxronluğa əsaslanaraq qurulan logistik sistemlərin müasir konsepsiyasıdır.

«Dəqiq vaxtında» (JIT) logistik konsepsiyası logistik dövr və onu təşkil edən elementlərlə sıx əlaqədədir. İdeal halda material resursları və hazır məhsullar logistik dövrünün (kanalın) müəyyən nöqtəsinə o vaxt çatdırılır ki, məhz bu anda (nə əvvəl, nə də sonra) onlara tələbat mövcud olur. Material resurslarının istehsal sahələrinə (yerlərinə), hazır məhsulların isə satış kanallarına tələbat yarandığı anda göndərilməsi, daha doğrusu tələbatın yarandığı anda istehsal sahələrinin material resursları ilə, satış kanallarının isə əmtəlik məhsullarla təmin edilməsi istehsal və əmtəlik ehtiyatların yaranmasını lüzumsuz edir. «Dəqiq vaxtında» konsepsiyasına əsaslanan müasir logistik sistemlər bazarda baş verən konyuktur dəyişikliklərə, xüsusilə istehsal proqramlarına edilən əlavə və düzəlişlərə tez reaksiya verilməsini tələb edir.

«Dəqiq vaxtında» (JIT) logistik konsepsiyası aşağıdakı əsas cəhətlərlə xarakterizə olunur:

- material resursları, bitməmiş istehsal qalığının və hazır məhsul üzrə minimum ehtiyatın həcmi;
- istehsal (logistik) tsiklin qısalığı;
- hazır məhsul istehsalının və məhsul göndərmələrin böyük olmayan həcmi;

- material resurslarının tədarükü üzrə kiçik sayda etibarlı məhsulgöndərənlər və nəqliyyat agentlikləri ilə qarşılıqlı münasibətlər;

- səmərəli informasiya təminatı;

- hazır məhsulun yüksək keyfiyyəti və logistik servis.

Dünya ölkələri tərəfindən «dəqiq vaxtında» logistik konsepsiyasının geniş tətbiq edilməsi istehsal menecmentlərinin ehtiyatların idarə edilməsi ilə bağlı fəaliyyətlərində (ənənəvi yanaşmada) əsaslı keyfiyyət dəyişikliklərinin baş verməsinə səbəb oldu. Cədvəl 5.1 -də istehsal, təchizat və satış idarə edilməsi üçün bu yanaşmanın əsas fərqli cəhətləri göstərilmişdir.

Cədvəl 5.1

Ehtiyatların idarə edilməsinin ənənəvi konsepsiyası ilə «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının müqayisəli təhlili

Amillər	II T yanaşması	Ənənəvi yanaşma
Ehtiyatlar	Passivdir. Bütün səylər onların aradan qaldırılmasına yönəldilir. Sığorta ehtiyatları yaradılmır	Aktivdir. İstehsal sahələrini etibarsız məhsulgöndərənlərdən və proqnoz səhvlərdən müdafiə edir. Əksər növ ehtiyatlar «sığortalaşdırılır»
Ehtiyatların ölçüləri, tədarük edilən material resurslarının həcmi	Ehtiyatların həcmi cari tələbatı göstərir. Məhsulgöndərmələr zamanı material resurslarının minimum həcmi həm istehsalçı, həm də məhsulgöndərənlər üçün tətbiq edilir	Ehtiyatların həcmi iqtisadi formulalarla hesablanır. Kiçik həcmli material resurslarının və ya hazır məhsulun satışı zamanı məsrəflərin dəyişməsinə baxmayaraq ehtiyatların həcmi dəyişilməsi nəzərə alınmır

Satış	Satış yüksək prioritetliyə malikdir. Tələbin dəyişməsinə çevik istehsal avadanlıqları ilə nəzarət edilir. Kiçik partiyalarla hazır məhsul istehsalına səy göstərilir	Satış aşağı prioritetliyə malikdir. Məqsəd hazır məhsul istehsalının həcmi maksimumlaşdırmaqdır
Bitməmiş istehsal ehtiyatları	Bitməmiş istehsal ehtiyatının yaradılmasına yol verilmir. Əgər istehsal bölmələri arasında az həcmdə bu tip ehtiyat mövcud olarsa onlar tez uçota alınır və aradan qaldırılır.	Zəruri elementdir. İstehsal bölmələri arasında cəmləşir və istehsal texnoloji tsiklin əsasını təşkil edir
Məhsul – göndərənlər	Məhsul istehsalı zamanı işgüzar və etibarlı əməkdaşa çevrilirlər. Onlar sayca çox az olurlar	Məhsulgöndərənlərlə uzunmüddətli professional münasibətlər təmin edilir. Onlar sayca çox az olurlar və aralarında süni rəqabət daha geniş forma alır
Keyfiyyət	Məqsəd – qüsurlu yaratmamaq. Əgər keyfiyyət 100 % deyilsə, onda istehsal və bölüşdürmə (satış) kifayət qədər səmərəli təşkil edilməyibdir	Böyük həcmdə olmayan qüsurlara yol verilir. Məhsulların keyfiyyətinə nəzarət seçmə yolu aparılır

Vaxt	Ciddi formada göz-lənilir. Bu zaman tədavül kanallarının (təchizat satış) re-aksiyası sürətlənir, tələbin proqnozlaşdırması ilə bağlı qeyri – müəyyənlik azalır	Məhsulların tədavül kanallarından keçməsinə çox vaxt sərf olunur. Bu vaxtın qısal-dılmasına tələbat yoxdur və istehsal yerləri sığorta ehtiyatları hesabına təmin edilir
Heyət	Həm işçi, həm də idarəetmə personalının razılaşdırılmış fəaliyyətini tələb edir. Bu razılaşmaya nail olmadan logistik proseslərdə dəyişiklik aparılmır	İdarəetməni ümumi menecment həyata keçirir. Dəyişikliklər aşağı heyətin razılığı olmadan aparılır

Bu konsepsiyanın tətbiq edilməsi bir qayda olaraq hazır məhsulun keyfiyyətini yaxşılaşdırır, artıq ehtiyatları minimumlaşdırır və prinsip baxımından firmanın logistik, əməli, maliyyə və s. menecmentlərin imicini kompleks logistik aktivlərin inteqrasiyası hesabına dəyişdirir.

«Dəqiq vaxtında» (JIT) logistik konsepsiyasının fəaliyyətini ehtiyatların idarə edilməsi üzrə ikili sistem - bunker kimi təsvir etmək olar. Bu sistemdə bir bunkerdən istehsalın material resurslarına, satış kanallarının isə hazır məhsullara tələbinin ödənilməsi üçün istifadə olunur, ikinci bunker isə birinci bunkerin bərpası işini həyata keçirir. Toyota Motors firmasının «dəqiq vaxtında» (JIT) logistik konsepsiyasının tətbiqi sahəsində 1960 – cı illərdə mühüm nəticələr əldə etməsi ona imkan vermişdir ki, əsas logistik dövr üzrə yeni avtomobillərin göndərilməsi müddətini bir aya qədər azaltsın. Amerikanın qabaqcıl avtomobil firmalarında bu rəqəm altı aydan doqquz aya qədər təşkil

edir.

Hazır məhsulların kiçik partiyalarla qısa istehsal dövründə hazırlanması bu məhsulun istehsalı üçün lazım olan material resurslarının məhsulgöndərənlərdən alınmasına stimül yaradır, yəni bu mərhələni bir növ stimullaşdırır. İstehsalçı firmalar material resurslarının növbəti partiyasını adətən hazır məhsullar özlərinin normal bazar həllini tapdıqdan sonra alırlar. Material resurslarının qısa müddətdə istehsal sahələrində əmtəlik məhsula çevrilməsi və onların satış bazarlarında tez reallaşdırılması təbii ki, istehsalçılarda və alıcılarda istehsal və satış üçün motivasiya yaradır. Buna görə də «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının tətbiqi ilə sifarişlərin ideal həcmnin müəyyənləşdirilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Belə bir halda sifarişlərin nəzəri baxımdan həcmi kimi bir sifariş və ya sifariş partiyası götürülür ki, bunun da yerinə yetirilməsi tərəflərdən o qədər də maliyyə məsrəfləri tələb etmir.

«Dəqiq vaxtında» (JIT) konsepsiyasını tətbiq edən logistik sistemlərin əsas ideologiyasını dartıcı sistemlər təşkil edir. Mahiyyət baxımından bu o deməkdir ki, logistik sistemin ilkin mərhələsi hesab edilən istehsal prosesi zamanı istifadə olunan material resursları üzrə ehtiyatların, eləcə də satış kanallarındakı əmtəlik məhsullar üzrə ehtiyatların bərpa edilməsi üçün sifariş paketinin hazırlanması, onun məhsulgöndərənlər tərəfindən qəbul edilməsi və yerləşdirilməsi kimi işlər yalnız və yalnız konkret logistik mərhələdə material axınlarının (istehsal və hazır məhsul axınlarının) həcmi minimum səviyyəyə - həddə çatdıqda həyata keçirilir. Bu zaman satış kanallarındakı əmtəlik məhsulların həcmi nəzərdə tutulan həddən az olduqda məhsul istehsalçılarna (və ya məhsulgöndərənlərə) əməlik ehtiyatların zəruri həcmdə bərpa edilməsi üçün sifarişlər verilir. Belə bir qaydada əmtəlik məhsulların tələb olunan vaxtda, lazımı yerə zəruri həcmdə çatdırılması istehsalçı firmalardan (məhsulgöndərənlərdən) tələb edilir – dartılaraq çatdırılır. Başqa

sözlə, xammal, material, yarımfabrikat və hazır məhsulların logistik sistem üzrə hərəkəti bu sistemi təşkil edən hər bir elementin özündən əvvəlki elementə sifarişi - tələbnaməsi əsasında təşkil edilir.

Qısa logistik dövrlərdən təşkil edilmiş sistemlərdə «dəqiq vaxtında» (JIT) logistik konsepsiyası əsas məhsul-göndərənlərin baş istehsalçı firmalara yaxın yerləşdirilməsinə şərait yaradır. Belə bir yaxınlıqdan istifadə edən istehsalçı firmalar (müəssisələr) əmtəlik məhsulların malyeridilişi kanalları vasitəsilə bazara çıxarılmasına sərf edəcəkləri maliyyə vəsaitlərinə qənaət edir, istehlakçı (məhsulgöndərənlər) isə vaxtı - vaxtında material resursları ilə təmin edirlər. Burada firmalar üçün başlıca şərt məhsulgöndərənlərin etibarlılığı və intizamına, maliyyə imkanlarına, texnoloji manevretmə imkanlarına, coğrafi yaxınlığına və s. görə fərqlənən çoxlu sayda məhsulgöndərənlərin düzgün seçilməsindən ibarətdir. Çünki bu meyarlara görə seçilməyən məhsulgöndərənlər istənilən yerdə və vaxtda istehsal proqramının pozulmasına şərait yarada bilərlər. İstehsal proqramının pozulması isə məhsul satışı bazarı və ya onun konkret segmentinin, istehlakçı qrupunun, firmanın imicinin, bazara çıxış imkanlarının, habelə proqnozlaşdırılan bazar mənfəətinin itirilməsi deməkdir. «Dəqiq vaxtında» (JIT) konsepsiyasını tətbiq edən yapon firmalarından fərqli olaraq Amerika və digər Avropa firmaları bu konsepsiyayı 10 - 15 ildən sonra məhz məhsulgöndərənlərin etibarlı olmaması ucbatından tətbiq etmək zorunda qaldılar. Bu konsepsiyaya görə məhsulgöndərənlər mahiyyət etibarlı ilə biznes fəaliyyəti üzrə hazır məhsul istehsalçıların işgüzar tərəfdaşına çevrilir.

Praktiki baxımdan «dəqiq vaxtında» (JIT) konsepsiyasının tətbiqini şərtləndirən digər bir amil də keyfiyyət probleimidir. İlk dəfə bu konsepsiyayı və KANBAN mikrologistik sistemini istehsala tətbiq edən Yaponiyanın avtomobil firmaları istehsal prosesinin bütün mərhələlərində

keyfiyyətin idarə edilməsi və servis xidmətinin təşkili kimi məsələlərə yanaşmada prinsipial dəyişikliklər etdilər. Bu dəyişiklik mahiyyət baxımından firmanın strateji və taktiki məqsədləri sırasında daha böyük əhəmiyyət kəsb edən keyfiyyətin total idarə edilməsi fəlsəfəsindən ibarət idi. Logistik sistemin inkişaf nöqtəyi - nəzərdən səviyyəsindən, onun dinamik olub - olmamasından, sistemin iştirakçılarının lokal məqsədlərindən asılı olmayaraq «dəqiq vaxtında» konsepsiyası logistik miksi təşkil edən bütün bölmələrdə keyfiyyətin səviyyəsinə nəzarət edir və keyfiyyətin tələb olunan standart səviyyəsi üçün təminat yaradır.

«Dəqiq vaxtında» (JIT) konsepsiyasına əsaslanan mikrologistik sistemlər material resurslarının istehsal yerlərinə çatdırılması, istehsalın texnologiyası və hazır məhsulların son istehlakçılara göndərilməsi üzrə bütün proses və mərhələlər arasında sinxronluğu təmin edən informasiyaların və proqnozlaşdırmanın dəqiqliyi məsələsinə çox həssas yanaşır. Bu hər şeydən əvvəl logistik (istehsal) dövrünün qısalığı ilə əlaqədardır. Dəqiq və etibarlı olmayan informasiyalar sistemin normal fəaliyyətinə neqativ təsir göstərir. Daha doğrusu, bu konsepsiya yalnız o vaxt effektiv nəticə verir ki, konsepsiyanın tətbiq edildiyi hər bir mərhələ tam, dəqiq, dolğun və etibarlı informasiyalara malik olsun. Logistik sistemin hər bir növbəti mərhələsinin ehtiyac, tələb və sifarişləri haqqında konkret və hərtərəfli informasiyaya malik olmayan «dəqiq vaxtında» konsepsiyanın tətbiqi ola bilsin bir mərhələ üçün iqtisadi baxımdan səmərəli olsun. Lakin ümumilikdə götürüldükdə həm informasiyaların vaxtında verilməməsi (ötürülməməsi) baxımından, həm də qeyri - obyektivliyi nöqtəyi - nəzərindən gözlənilən iqtisadi nəticələri vermir. Buna görə də «dəqiq vaxtında» texnologiyası yalnız və yalnız etibarlı telekommunikasiya sistemi və informasiya kompyüter təminatına əsaslanmalıdır.

Müasir «dəqiq vaxtında» (JIT) texnologiyası və logistik sistemlər daha integrativ keyfiyyətə malik olmaqla

müxtəlif variantlarda logistik istehsal konsepsiyalarının və bölüşdürmə sistemlərinin (logistik kanallarda əmtəlik ehtiyatları minimumlaşdıran, ehtiyatların səviyyəsini tənzimləyən, çevik avtomatlaşdırılmış istehsal texnologiyasına əsaslanan, məhsulun keyfiyyətini bütün mərhələlərdə idarə edən sistemlər) kombinasiyasını nəzərdə tutur. Buna görə də müasir iqtisadi şəraitdə bu tip texnologiyaları «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının yeni versiyası JIT 2 konsepsiyası adlandırırlar.

«Dəqiq vaxtında» logistik konsepsiyasının əsas məqsədi istehlakçı tələbini maksimum ödəmək üçün integrativ keyfiyyətə malik logistik sistem daxilində ehtiyatların səviyyəsini minimumlaşdırmaq, istehsal edilən məhsulların keyfiyyətini yüksəltmək və etibarlılığını təmin etməkdən ibarətdir. Bu ali məqsədin yerinə yetirilməsi isə istehsalçı firmanın bütün logistik aktivlərinin maksimum inteqrasiyasını tələb edir.

5.3. REQUIREMENTS/RESOURCE PLANNING LOGİSTİK KONSEPSİYASI

Məhsul istehsalçıları tədarükat logistikasının qarşısında əsasən məhsulgöndərənlərlə uzunmüddətli işgüzar təsərrüfat əlaqələrinin qurulması, yüksək keyfiyyətli məhsulgöndərmələrin təmin edilməsi, nəqləməyə çəkilən xərclərin azaldılması və vaxt itkisinin minimumlaşdırılması, rəqabət qabiliyyətli qiymətlərə malik material resursları ilə istehsal yerlərini vaxtında təmin etmək kimi məqsədlər qoyur. Bütün bunlar isə məhsulgöndərmələrin idarə edilməsinin mühüm tərkib hissəsini təşkil edir. Tədarükata çəkilən məsrəflərin idarə edilməsində başlıca rolu məhsulgöndərənlər oynayır. Buna görə də tədarükat prosesinin hər iki subyekti məsrəflərin azaldılması istiqamətlərinin axtarılıb tapılması üçün birgə fəaliyyət göstərmək məcburiyyətində qalırlar.

İyirmi beş - otuz il bundan öncə məhsul istehsalçıları-

nın tədarükat logistikasına xüsusi diqqət yönəltmələri aşağıdakı səbəblərlə bağlıdır. Birincisi, yanacaqın qiymətinin qalxması məhsulgöndərənləri məcbur edirdi ki, nəqləməyə çəkilən məsrəflər üzərində ciddi nəzarət mexanizmi yaratsınlar. Bunun nəticəsi olaraq istehsalçı firmalar giriş və çıxış adlanan logistik yüklərin nəql edilməsini balanslaşdırmağa imkan verən optimal üsulları tətbiq etməklə nəqliyyatdan istifadə sahəsində yüksək səmərəliliyə nail oldular. İkincisi, 1980 – ci illərdə nəqliyyata qoyulan bütün məhdudiyyətlər aradan qaldırıldıqdan sonra əksər firmalar nəqliyyat vasitələrinin boş dayanması və səmərəsiz yürüslərə yol verməmək üçün geri qayıdan zaman onlardan digər yüklərin daşınmasında istifadə etmək imkanı qazandılar. Üçüncüsü, idarəetmə sahəsində yeni elmi metodların işlənilib hazırlanması giriş material axınlarının firmanın mənfəət həcminin artmasına təsirini gücləndirdi. Belə elmi metodlara material ehtiyatlarının idarə edilməsini xüsusi diqqət mərkəzində saxlayan materiallara tələbatın planlaşdırılması MRP 1 və istehsal resurslarına tələbatın planlaşdırılması MRP 2, JIT və KANBAN sistemini aid etmək olar.

Dünyada bir çox mikrologistik sistemlərin əsaslandığı və fəaliyyət göstərdiyi ən geniş yayılmış logistik konsepsiyalardan biri məhz resurslara/ tələbatın planlaşdırılması konsepsiyası hesab edilir. Praktiki baxımdan bu konsepsiya «itələmə» tipli mikrologistik sistemlərə əsaslanan «dəqiq vaxtında» logistik konsepsiyasının əks qütbüdür.

«Resurslara / tələbatın planlaşdırılması» konsepsiyasına əsaslanan baza mikrologistik sistemlərinə istehsal və təchizat sahəsində «materiallara tələbatın planlaşdırılması/ resurslara tələbatın istehsal planlaşdırılması» (materials/ manufacturing requirements / resource planning, MRP1 / MRP2) sistemi, bölüşdürmə sferasında isə «məhsulların bölüşdürülməsinin planlaşdırılması» (distribution requirements/ resource planning, DRP1 / DRP2) sistemləri daxildir.

MRP1 sistemi əmtəlik məhsul ehtiyatlarının kompyuterləşdirilmiş idarəetmə metodudur və bir qayda olaraq satışın proqnozlaşdırılması, «bağlanmamış» sifarişlər, məhsullar üzrə cari ehtiyatları və spesifikasiyasını nəzərə almaqla firmanın əsas istehsal planının tərtib edilməsinə xidmət göstərir.

MRP sistemlərinə tipik nümunə kimi material resurslarının tədarükü ilə yanaşı istehsal – texnoloji proseslərin təşkilini göstərmək olar. MRP 1 sistemlərinin yaradıcılarından biri hesab edilən amerikalı tədqiqatçısı C.Orliskinin təyinatına uyğun olaraq «materiallara tələbatın planlaşdırılması sistemi» «... *dar mənada qayda və tələbləri müəyyənləşdirən, bir - birilə logistik əlaqədə olan bir sıra prosedurlardan təşkil edilmişdir. Bu sistem istehsal proqramlarında, ehtiyatların strukturunda və ya istehlak edilən məhsulların xarakteristikalarında baş verə biləcək dəyişiklikləri, istehlakçı tələbini və onun ödənilməsi ardıcılığını əvvəlcədən planlaşdırmağa imkan verir*».

Bu metodun nüvəsini ilkin material resurslarına tələbatın son – əmtəlik məhsullara tələbatdan funksional asılılığı təşkil edir. Ənənəvi istehsal üsulunda firmalar istehsal prosesinin yerinə yetirilməsi zamanı konkret hissə və ya qovşağın çatışmamasından özlərini sığortalamaq üçün böyük həcmdə və geniş nomenklaturada istehsal ehtiyatlarının yaradılmasına daha çox səy göstərirlər. Təbii ki, belə bir praktika dəstləşdirici məmulatların, hissələrin və digər materialların saxlanması üçün böyük həcmdə maliyyə vəsaiti tələb edirdi. MRP metodunu tətbiq edən istehsalçı firmalar əmtəlik məhsul istehsalı üçün lazım olan komponentlərin məhdud həcmdə ehtiyatını yaratmaqla istehsal prosesinin dayanıqlılığını təmin edir və bu əsasda sistemin effektivliyini yüksəldirlər. Bunun üçün firmalar satışın proqnozlaşdırılan həcmi və ya alınmış faktiki sifarişlər əsasında istehsal planları –MPS (Master Production Schedule) tərtib edirlər. İstehsal planları aqreqat planlaşdırmada tətbiq edi-

lən metodlar əsasında formalaşır. Belə istehsal planları plan dövrü ərzində əmtəlik məhsul istehsalına lazım olan komponentlərin tam tərkibini, eləcə də müxtəlif məmulatların istehsalı üçün istifadə olunan eyni ünsürlərin nomenklaturasını müəyyənləşdirməyə imkan verir. İstehsal planları tərtib edildikdən sonra komponentlərin istehsal sahələrinə daxil olması ardıcılığını müəyyənləşdirilir. Belə ki, hazır məhsulu təşkil edən bu və ya digər elementlərə tələbat istehsal texnologiyasına müvafiq olaraq istehsala cəlb edilən elementlər üzərində konkret texnoloji əməliyyatlar aparıldıqdan sonra yaranır. Və nəhayət ayrı-ayrı məhsulgöndərənlər üçün materialların həcmi və göndərilmə tarixi göstərilmək şərti ilə sifariş paketləri hazırlanır və istehsal prosesində fasilələrə yol verməmək məqsədilə məhsulgöndərmə qrafikləri tərtib edilir. Əgər firma əmtəlik məhsulun hazırlanmasında istifadə olunan məmulatları özü hazırlayırsa, onda istehsal qrafikləri elə tərtib edilir ki, bu element son əmtəlik məhsulun tam yığılması ərafəsində hazır olsun. Bütün bu əməliyyatlar MRP 1 sisteminin tətbiqi ilə istehsalın başlanmasına bir neçə həftə qalmış aparılır.

Beləliklə, MRP sisteminin əsas üstün cəhətləri istehlakçı tələbini artırmaq və onu tələb olunan vaxt intervalında ödəmək, istehsal avadanlıqlarından və canlı əməkdən istifadəni yaxşılaşdırmaq, ehtiyatları planlaşdırmaq və onların istehsaldaxili hərəkət qrafiklərini tərtib etmək, bazar mühitində baş verən ixtiyari dəyişikliklərə operativ reaksiya vermək, istehlakçılara göstərilən xidmət səviyyəsini aşağı salmadan ehtiyatların səviyyəsini minimum həddə qədər azaltmaqdan ibarətdir.

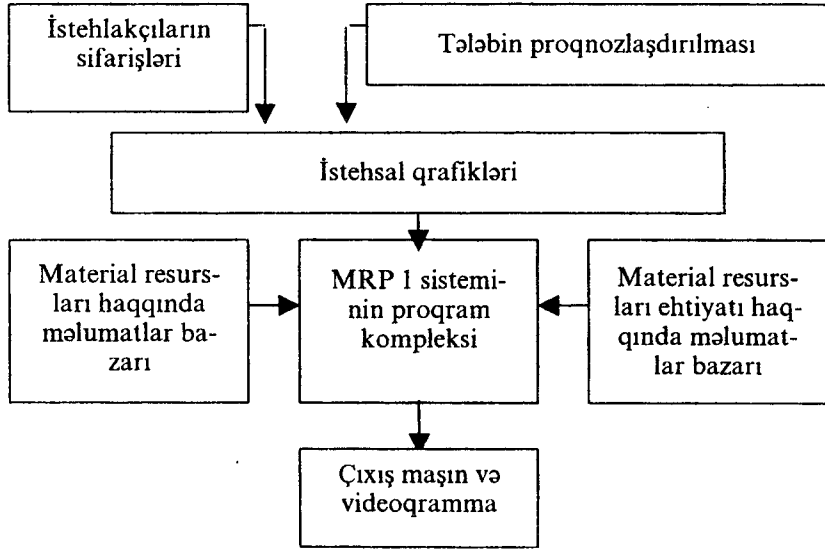
MRP sisteminin əsas məqsədi:

- hazır məhsul istehsalını planlaşdırmaq üçün ayrı-ayrı material resurslarına tələbatın həcmi müəyyənləşdirmək və material resurslarını istehlakçılara çatdırmaq;
- material resursları, bitməmiş istehsal və hazır məhsul ehtiyatlarının minimum səviyyəsini təmin etmək;

- istehsal və tədarükat əməliyyatlarını planlaşdırmaq, habelə material resurslarının nəql edilməsi qrafiklərini müəyyənləşdirmək.

Bu məqsədlərin həyata keçirilməsi zamanı MRP sistemi material resurslarının planlaşdırılan həcmi üzrə konkret material axınlarını və aparılan bu planlaşdırma fonunda zəruri səviyyədə hazır məhsul ehtiyatının yaradılmasını təmin edir. MRP sistemi hər şeydən əvvəl ilkin mərhələdə nə qədər və hansı müddətə hazır məhsul istehsal etmək lazım olduğunu, sonrakı mərhələdə isə istehsal qrafikinə yerinə yetirilməsi üçün tələb olunan müddəti və zəruri material resurslarının kəmiyyətini müəyyənləşdirir.

Aşağıda təqdim olunan şəkil 5.3 –də MRP sisteminin blok – sxemi verilmişdir.



Şəkil 5.3. MRP 1 sisteminin blok sxemi

Şəkil 5.3 -dən görüldüyü kimi MRP 1 sisteminə giriş

elementi kimi bir tərəfdən istehlakçıların sifariş portfelinə, digər tərəfdən isə proqnozlaşdırılan tələbin həcmindən (və ya ödənilməyən bazar tələbatından) istifadə olunur. Buna görə də istehsalçı firmalar özlərinin istehsal qrafiklərini məhz bu iki element üzrə formalaşdırırlar. Firmanın istehsal qrafiklərinin tərtib edilməsində iştirak edən logistik menecerlər (təcrübəli analitik – marketoloqlar) real satış haqqında dəqiq məlumatlar əldə etmək məqsədilə istehlakçıların cari sifarişlərini təhlil edir və sifariş paketində əks olunan informasiyaların köməyiylə bazarın real vəziyyətini düzgün qiymətləndirmək imkanı əldə edirlər.

Beləliklə, «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının prinsiplərinə əsaslanan mikrologistik sistemlərdə olduğu kimi MRP 1 sistemində də ən vacib meyar istehlakçı sifarişi hesab olunur.

Material resursları haqqında məlumatlar bazası əmtəəlik məhsul və ya onun müvafiq hissəsinin istehsalı (yığılması) üçün lazım olan xammal, material, komponentlər, yarımfabrikatların nomenklaturası və əsas parametrləri (xarakteristikaları) haqqında tələb olunan bütün informasiyaları özündə birləşdirir. Bundan başqa, bu məlumatlar bazasına vahid əmtəəlik məhsulun istehsalına material resurslarının sərf norması, habelə firmanın istehsal bölmələrinə müvafiq material resurslarının göndərilməsi müddətini əks etdirən informasiyalar da (fayl) daxildir. Eyni zamanda məlumatlar bankında istehlak edilən material resursları və son məhsula münasibətinə görə ayrı-ayrı istehsal bölmələri arasında əlaqələr eyniləşdirilir.

Ehtiyatlar haqqında məlumatlar bankının əsas vəzifəsi logistik sistemə və idarəetmə heyətinə istehsal, sığorta ehtiyatları, firmanın anbar təsərrüfatında mövcud olan material resursları üzrə tələb olunan digər ehtiyat növlərinin kəmiyyəti, habelə ehtiyatların səviyyəsinin böhran həddinə yaxınlaşması və onların bərpa edilməsi zəruriyyəti haqqında informasiya verməkdən ibarətdir. Bütün bunlarla yanaşı

qeyd olunan məlumatlar bankına potensial məhsul-göndərənələr və göndəriləcək material resurslarının parametrləri haqqında informasiyalar da daxil edilir.

MRP I sisteminin proqram kompleksi istehlakçıların tələblərindən və material resursları, eləcə də ehtiyatlar haqqında məlumatlar bazasından alınan kompleks informasiyalardan asılı olaraq sistemləşdirilmiş istehsal – əmtəəlik məhsul istehsalı qrafiklərinə əsaslanır. Burada MRP sisteminin proqram modulunu təşkil edən həll alqoritmində ilkin mərhələ hər şeydən əvvəl əmtəəlik məhsula istehlakçı tələbini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Hər bir məqsəd bazarı (və ya onun ayrıca götürülmüş segmenti) üzrə tələbin proqnozlaşdırılan həcmi təyin edildikdən sonra ehtiyatların səviyyəsi haqqında informasiyaların köməyi ilə onun ödənilməsi üçün zəruri olan ilkin material resursları və yarımfabrikatlara tələbat, habelə bitməmiş istehsalın həcmi hesablanır. Nəticə etibarlı ilə məqsəd bazarı üçün əmtəəlik məhsul hazırlayan istehsal sahələrinin material resursları, yarımfabrikatlar və dəstləşdirici məmulatlar üzrə tələbatını əks etdirən sifariş paketi hazırlanır və konkret ödəmə mənbələri üzrə yerləşdirilir. Bu zaman sifariş paketi tələb edilən material resurslarının nomenklaturası, həcmi və müvafiq iş yerlərinə nəql edilməsi spesifikasiyasından asılı olaraq tərtib edilir.

Fərdi hesablaşma texnikasının köməyi ilə bütün zəruri hesablaşmalar aparıldıqdan sonra tələb olunan çıxış sənəd formaları hazırlanır və istehsal sahələrini, eləcə də firmanın anbar təsərrüfatını lazımi material resursları ilə təmin etmək üçün logistik menecerlərə təqdim olunur. Çıxış sənədlərində bir qayda olaraq aşağıdakı:

- məhsul-göndərənələrə sifariş veriləcək material resurslarının nomenklaturası, həcmi və tələbin ödənilməsi vaxtı;
- istehsal proqramında aparılacaq dəyişikliklər və onların spesifik xüsusiyyətləri;

- məhsul-göndərənələrin həcmi;
- material resurslarının nəql edilməsi marşrutları;
- hazır məhsul və material resursları üzrə qəbul edilməmiş sifarişlərin – tələbnamələrin sayı;
- MRP sisteminin cari vəziyyəti kimi rekvizitlər əks olunur.

MRP I sistemi ötən əsrin 50 - ci illərinin ortalarında ABŞ – da işlənilib hazırlanmış və 1970 –ci illərdə hesablaşma texnikasının inkişafı ilə əlaqədar olaraq həm ABŞ -da, həm də Avropada geniş yayıldı. MRP I tipli mikrologistik sistemlər Sovetlər İttifaqında da həmin illərdə işlənilib hazırlandı və ilkin olaraq hərbi – sənaye komplekslərində geniş tətbiq edildi. Biznes sferasında MRP I sistemindən istifadə olunması praktiki olaraq material resurslarına sifarişlərin verilməsi və istehsal sahələrinin (yerlərinin) maddi – texniki təminatı (tədarükəti) kimi prosedurların planlaşdırılması və onlara nəzarət işinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədardır. Lakin MRP I sisteminin tətbiqi zamanı bir sıra problem məsələlər meydana çıxır. Bu tip problem məsələlərə istehsal və texnoloji proseslər sahəsində avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemləri (AİS) üçün tipik hesab olunan məsələlər – hesablaşmaların müasir informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə aparılmasına imkan verən informasiya və proqram – riyazi təminatın işlənilib hazırlanması, eləcə də əlverişli hesablaşma texnikası vasitələrinin seçilməsi aid edilir. MRP I sisteminin tətbiq edilməsinin məqsədi resurslara tələbatın planlaşdırılmasının keyfiyyət və səmərəliliyini yüksəltmək, istehsal və əmtəəlik məhsul ehtiyatlarının səviyyəsini minimumlaşdırmaq, ehtiyatların səviyyəsinə nəzarət prosedurlarını təkmilləşdirmək və bu logistik funksiyaların yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar çəkilən məsrəfləri azaltmaqdan ibarətdir. 1980 - ci illərin sonlarında əmtəəlik məhsul satışının illik həcmi 15 mln. dollardan artıq olan ABŞ – in əksər firmaları, Böyük Britaniyada isə hər üç istehsalçı firmadan biri MRP I sistemindən istifadə edirdi.

- aparılan hesablamaların əhəmiyyətli çəkiyə malik olması (böyük həcmdə ilkin informasiyaların əvvəlcədən işlənilib hazırlanması istehsal dövrünün və logistik tsiklin uzunluğunu artırır);

- firmaların (müəssisələrin) istehsal ehtiyatların səviyyəsinin azaldılmasına səy göstərdiyi və ya kiçik həcmdə məhsul istehsalına keçdiyi bir zamanda sifarişlərin qəbulu, emalı hazırlanması və nəql edilməsinə çəkilən logistik xərclərin artması:

- ehtiyatların bərpa edilməsi və tələbin qısa zaman kəsiyində dəyişməsinə qeyri - həssaslıq.

- istehlakçı sifarişlərinin böyük həcmdə olması nəticəsində bu sifarişlərin əhəmiyyətli hissəsinin yerinə yetirilməsinin qeyri - mümkünüyü kimi bir sıra çatışmazlıqlara və məhdudiyətlərə malikdir

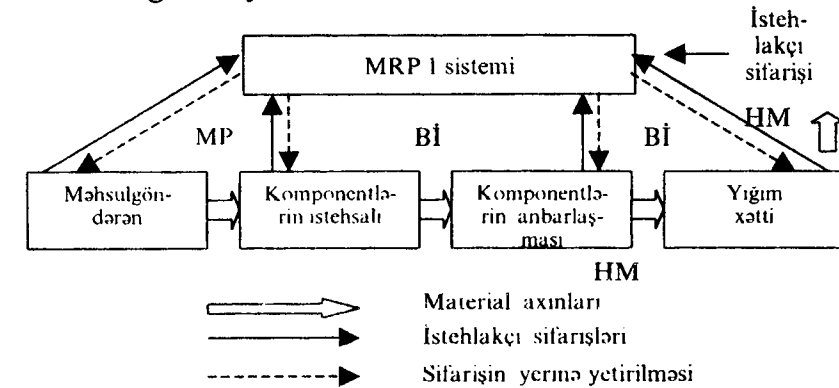
Bu çatışmazlıqlar «*itələmə*» tipli bütün mikrologistik sistemlərə məxsus olan çatışmazlıqlara (məsələn, mövcud sığorta ehtiyatları ilə tələbin strukturunda baş verən kəmiyyət dəyişikliklərinin kifayət qədər ciddi nəzərə alınmaması kimi çatışmazlıqlar) bir növ əlavə olunur.

Əvvəlcədən müəyyən edilmiş hazır məhsul istehsalı qrafiklərinə əsaslanmaqla MRP 1 sistemi ehtiyatların həcmi və səviyyəsinin tənzimlənməsinə yanaşmada **z a m a n** parametrindən istifadə edir. Bu isə öz növbəsində məqsəd bazar üçün, əmtəlik məhsul istehsalı üçün və ya verilən həcmdə hazır məhsulların yığılması üçün tələb olunan zəruri material resurslarını toplayır. MRP 1 sistemi «*itələmə*» tipli mikrologistik sistemlərin tipik nümunəsi hesab edilir və onun iriləşdirilmiş sxemi Şəkil 5.4 -də verilmişdir.

«*İtələmə*» tipli mikrologistik sistemlər üçün hissələrin, qovşaqların komponentlərin, yarımfabrikatların istehsalı və onlardan ciddi istehsal qrafiklərinə uyğun hazır məhsulların yığılması daha xarakterikdir. Yəni, əmtəlik məhsulların

hazırlanması məqsədilə material resursları və ya bitməmiş istehsalın qalığı istehsal daxili həlqələrin birindən digərinə istehsal texnologiyasına müvafiq qaydada itələnir. İstehsal fazasında özünün həyat dövrünü başa çatdıran, hazır məhsul forması alan material resursları bölgü kanalları vasitəsilə müxtəlif səviyyəli satış şəbəkələrinə daxil olur.

Belə sistemlərin tətbiqi ilə istehsal sferasında yarana biləcək fasilələri aradan qaldırmaq və istehlakçı tələbində həm mahiyyətə, həm də struktur baxımından baş verən dəyişiklikləri nəzərə almaq üçün artıq istehsal ehtiyatı və (və ya) logistik sistemin mərhələləri arasında sığorta ehtiyatı (adətən, bufer ehtiyatı adlanır) yaradılmalıdır. Təbii ki, belə ehtiyatların yaradılması istehsalçı firmaların dövrü vəsaitlərinin dövr sürətini azaldır və hazır məhsulun maya dəyərini süni formada artırır. Lakin bütün bunlara baxmayaraq ehtiyatlar bazar tələbinin kəskin dəyişməsi zamanı logistik sistemlərin dayanıqlığını təmin edir və «dəqiq vaxtında» konsepsiyasına əsaslanan logistik sistemlərdə sistemin iştirakçılarını etibarsız, habelə intizamsız məhsulgöndərənlərdən sığortalayır.



Şəkil 5. 4. «İtələmə» tipli MRP sistemi:
MR – material resursları; Bİ- bitməmiş istehsal;
HM – hazır məhsul

MRP 1 sistemdən ilkin material resurslarına tələbatın son – əmtəlik məhsullara tələbdən birbaşa və güclü formada asılı olduğu zaman istifadə edilməsi daha məqsədə uyğundur (məsələn, avtomobil təkərlərinə və radiatoruna bazar tələbatı, avtomobil istehsalından asılıdır). Buna görə də MRP 1 sistemi geniş nomenklaturalı material resurslarını əhatə edir. Lakin «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının tərəfdarları belə hesab edirlər ki, bu konsepsiyanın prinsiplərinə əsaslanan «dartma» tipli mikrologistik sistemlər istehlakçı tələbinə daha çevik və operativ reaksiya vermək qabiliyyətinə malikdir. Tələbin qeyri - müəyyən olduğu bir şəraitdə fəaliyyət göstərən və kifayət qədər uzun istehsal tsiklinə malik istehsalçı firmalarda MRP 1 sisteminin praktiki baxımdan tətbiqi daha səmərəlidir. Digər tərəfdən MRP 1 sisteminin tətbiq edilməsi istehsalçı firmalara «dəqiq vaxtında» konsepsiyasından istifadə zamanı qarşıya qoyulan məqsədlərin tam logistik tsiklin minimumlaşdırılmasına və artıq ehtiyatların aradan qaldırılmasına şərait yaradır.

MRP 1 sisteminin tətbiqi nəticəsində əmələ gələn çatışmazlıqların və məhdudiyyətlərin aradan qaldırılması üçün 1980 -ci illərdə ABŞ – da və Qərbi Avropada geniş istifadə olunan bu sistemlərin ikinci nəsli - MRP 2 logistik sistemləri işlənib hazırlandı. MRP 2 sistemi inkişaf etmiş metod hesab edilməklə MRP1 sisteminə marketinq, maliyyə və tədarükətin bir sıra funksiyalarının əlavə edilmiş formasından ibarətdir. Daha doğrusu, MRP 2 logistik sistemi inteqrativ keyfiyyətə malik olmaqla material və maliyyə axınları ilə bağlı logistik əməliyyatların təşkili və planlaşdırılmasını nəzərdə tutan mikrologistik sistemləri özündə birləşdirir.

Hal – hazırda MRP 2 sistemləri istehsalçı firmaların logistika, marketinq, istehsal və maliyyə sahəsində strateji məqsədlərinin reallaşması üçün planlaşdırmanın ən əlverişli vasitəsidir. Bir sıra qərb mütəxəssisləri bu sistemi istehsal prosesinin bütün mərhələlərinə nəzarət işini həyata keçirən zaman ehtiyatların minimum səviyyəsinə nail olması məq-

sədiə firmanın malik olduğu bütün növ material resurslarının planlaşdırılması və idarə edilməsində istifadə olunan əsas metod hesab edirlər. Başqa sözlə, MRP 2 sistemi material axınlarının idarə edilməsi zamanı logistik konsepsiyaların həyata keçirilməsinə imkan verən firmadaxili planlaşdırma üçün əlverişli vasitədir. Bu sistemin MRP 1 sistemindən üstün cəhəti istehsal tsiklinin uzunluğunu qısaltmaq, ehtiyatların səviyyəsini minimumlaşdırmaq, məhsulgöndərmələri əlverişli təşkil etmək və tələbin dəyişilməsinə çevik reaksiya verməklə istehlakçı tələbini dolğun ödəməkdən ibarətdir. MRP 2 sistemi makro və mikrosəviyyədə həyata keçirilən planlaşdırmanın yüksək çevikliyi təmin edir və ehtiyatların idarə edilməsi üzrə logistik xərcləri azaldır.

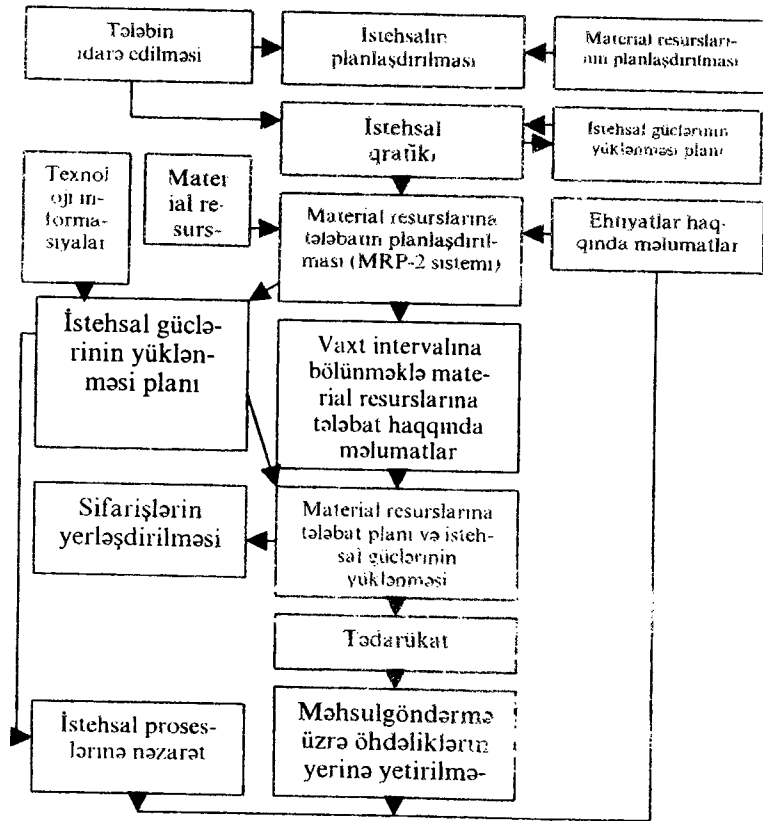
MRP 2 sistemlərinin fəaliyyət sxemi şəkil 5.5-də göstərilmişdir. Şəkildən görüldüyü kimi MRP 1 sistemi MRP 2 sisteminin tərkib hissəsini təşkil edir. Bundan başqa, MRP 2 sisteminin tərkibinə:

- tələbin proqnozlaşdırılması və idarə edilməsi;
- hazır məhsul istehsalı qrafikinə tərtibi;
- istehsal güclərinin optimal yüklənməsi planının tərtibi;
- sifarişlərin yerləşdirilməsi və material resurslarının tədarükətinə nəzarət kimi proqram kompleksini təşkil edən digər bloklar daxildir.

MRP 2 sistemində tələbin proqnozlaşdırılması, material resurslarına tələbat, ehtiyatların səviyyəsi kimi alqoritmlər mühüm yer tutur. MRP 1 sistemi ilə müqayisədə MRP 2 sistemlərində əlavə olaraq EHM – ni tətbiq etməklə material ehtiyatlarının səviyyəsinə, bitməmiş istehsalın və hazır məhsulun həcminə nəzarət və onların tənzimlənməsilə əlaqədar kompleks məsələlər həll edilir. Sadalanan bu məsələlərin əlverişli həll edilməsi üçün material resurslarının faktiki qalığı, cari daxilolmalar (mədaxil) və hərəkəti haqqında informasiyalar, eləcə də hər bir nomenklatur qrup daxilində material resursları üzrə ehtiyatların uçot məlumatları topla-

nır, emal edilir və konkret formaya salınır. Ehtiyatların idarə edilməsi məsələsinə isə əsasən aşağıdakılar daxil edilir:

- ehtiyatların bərpa edilməsi strategiyasının seçilməsi;
- böhran və sifariş nöqtəsinin hesablanması;
- AVS metodu üzrə ehtiyatların struktur təhlili;
- normadan artıq ehtiyatların müəyyənəndirilməsi.



Şəkil 5.5. MRP 2 – sistemin funksional sxemi

Müasir mikroprosessor texnikası və fərdi EHM - nin proqram təminatı MRP 2 sisteminə əsaslanan mikrologistik sistemlərin mövcud məlumatlar bankını mütəmadi yeniləşdirməklə onları «on line» (real zaman) rejimində sınaqdan keçirməyə imkan verir. Bu isə öz növbəsində material axınlarının planlaşdırılması və idarə edilməsinin iqtisadi səmərəliliyini artırır. Ötən əsrin 80 - ci illərinin sonunda dünya praktikasında MRP 2 sistemlərinin məhsulgöndərmələrin planlaşdırılması, əlverişli istehsal qrafiklərinin tərtibi (hesablanması), istehsal prosesinin özünə və ehtiyatların səviyyəsinə monitorinqin keçirilməsi, bitməmiş istehsal və hazır məhsul həcmünün müəyyənəndirilməsi, tədarükatın idarə edilməsi və s. bloklardan təşkil edilmiş çoxlu sayda (məsələn, ABŞ – da 200 -ə qədər) ayrı - ayrı tətbiqi proqramlardan istifadə edilirdi.

Son illərdə isə bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən əksər ölkələrdə ayrı - ayrılıqda MRP 2 və KANBAN sistemlərinə məxsus olan çatışmazlıqları aradan qaldırmaq üçün onların kombinə edilmiş (MRP 2, KANBAN) formasının yaradılmasına cəhdlər göstərilir. Adətən belə kombinə edilmiş sistemlərdə MRP 2 sistemi tələbin, satışın və tədarükatın proqnozlaşdırılması və planlaşdırılmasına, KANBAN sistemi isə istehsalın operativ idarə edilməsinə xidmət göstərir. Bir sıra qərb mütəxəssisləri mikrologistik sistemlərin belə inteqrativ tipini MRP 3 adlandırırlar.

Operativlik nöqteyi - nəzərindən «resurslara / tələbatın planlaşdırılması» logistik konsepsiyası «*resursların / məhsulların bölüşdürülməsinin planlaşdırılması*» (DRP) xarici makrologistik sistemin yaradılması üçün əsas hesab edilən fiziki bölüşdürmə sistemlərində də istifadə oluna bilər. DRP sistemi hazır məhsulların fiziki bölüşdürülməsini həyata keçirən kanallarda MRP sisteminin qurulması məntiqinə əsaslanır. Bu sistem «resurslara / tələbatın planlaşdırılması» logistik konsepsiyası ilə ümumi cəhətlərlə yanaşı, bir sıra fərqli xüsusiyyətlərə də malikdir.

MRP sistemi hazır məhsul istehsalçıları tərəfindən tənzimlənən və nəzarət edilən istehsal cədvəllərinə əsaslandığı bir halda, istehlakçı tələbi üzərində qurulan DRP sisteminin fəaliyyətinə isə istehsalçı firmalar tərəfindən heç bir nəzarət edilmir. Buna görə də MRP sistemi tələbin qeyri - müəyyən olduğu bir şəraitdə fəaliyyət göstərən DRP sistemindən fərqli olaraq adətən böyük zaman kəsiyi üçün sabit cəhəti ilə xarakterizə olunur. İstehsalçı firmanın ətraf mühitində mövcud olan bu qeyri - müəyyənlik bölüşdürmə şəbəkələrində əmtəlik məhsullar üzrə ehtiyatların idarə edilməsi strategiyasına əlavə tələblər və məhdudiyətlər irəli sürür. Lakin bununla yanaşı eyni vaxtda MRP sistemi istehsal bölmələri daxilində ehtiyatların səviyyəsinə nəzarət işini həyata keçirir. Daha doğrusu, bir sistem MRP firmadaxili mühitdə ehtiyatların səviyyəsinə nəzarət edir, digər bir sistem – DRP isə firmanın ətraf mühitində mövcud olan qeyri-müəyyənlikdən firmanın asılılığını aradan qaldırmaq məqsədi ilə bölüşdürmə şəbəkələrində tələb olunan səviyyədə yaradılan əmtəlik məhsul ehtiyatlarının idarə edilməsi üçün işlək fəaliyyət mexanizmi yaradır.

DRP sistemi istehsalçı firmalara məxsus xüsusi satış şəbəkələrinin anbar və bazalarında, eləcə də topdansatış vasitəçilərində ehtiyatların səviyyəsini planlaşdırır və onlara nəzarəti həyata keçirir.

DRP sistemi daxilində material resurslarının və ya hazır məhsulların ilkin mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər göndərilməsi və bölüşdürmə şəbəkələrində (kanallarında) əmtəlik məhsul ehtiyatlarının bərpa edilməsilə bağlı bütün logistik prosesləri əlaqələndirməyə (koordinasiyaya) imkan verən qrafik – cədvəllərin tərtibi və təsdiqi logistik menecment üçün fundamental vasitə hesab olunur. Belə cədvəllər seçilən hər bir məhsul vahidinin saxlanması (stockkeeping unit, SKU) və bölüşdürmə şəbəkələrində ehtiyatların yaradılması ilə əlaqədar olan logistik sistemin hər bir həlqəsi – mərhələsi üçün tərtib edilir. Bu zaman SKU

ehtiyatlarının bərpası və məsrəf olunması qrafiki firmanın və ya topdansatış vasitəçilərinin anbar və bazalarında əmtəlik məhsul ehtiyatlarının bərpa edilməsinə qoyulan əsas tələblərlə integrativ keyfiyyət təşkil etməlidir.

DRP sisteminin fəaliyyət mexanizmi cədvəl 5.2 -də şərti nümunə kimi verilmişdir.

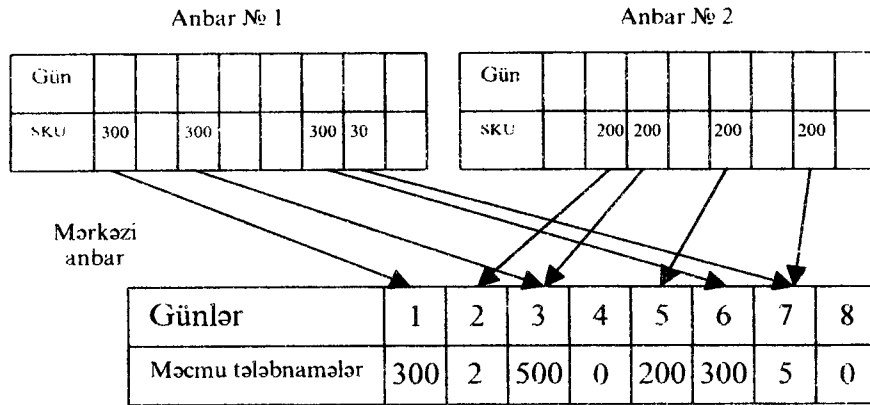
Cədvəl 5. 2

DRP sisteminin qurulması üçün ilkin informasiyalar

	Dövrələr								
	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Məhsul göndərmə üzrə tələblər		100	200	100	150	100	100	200	200
Tranzit məhsul göndərmələr			300		300			300	300
Mövcud ehtiyatlar	250	150	250	150	300	200	100	200	200
Planlaşdırılan məhsul göndərmələr		300		300			300	300	

Qeyd: sığorta ehtiyatı = 50 vahid; məhsul göndərmə partiyasının həcmi = 300 vahid; istehsal dövrünün uzunluğu = 1 gündür

Fərz edək ki, verilən sxem üzrə bölüşdürmə şəbəkələrini əmtəlik məhsullarla təmin etmək üçün istehsalçı firma iki hazır məhsul anbarına malikdir. Bölüşdürmə şəbəkələrində göndərilən əmtəlik məhsulların həcmindən asılı olaraq istehsalçı firmanın hazır məhsul anbarları ayrı-ayrı istehsal bölmələri tərəfindən təmin edilir. Digər tərəfdən tranzit məhsul göndərmələrin həcmi planlaşdırılan məhsul göndərmələrin həcminə bərabər olmalıdır. Aşağıdakı şəkil 5.6 -də ehtiyatların bərpa edilməsi proseduru göstərilmişdir.



Şəkil 5.6. DRP sistemi üzrə istehsalçı firmanın mərkəzi anbarında hazır məhsul ehtiyatının bərpa edilməsi sxemi. SKU sət-rində planlaşdırılan məhsulgöndərmələr göstərilmişdir

Baxılan sxemdən görünür ki, istehlakçı tələbini firmanın mərkəzi anbarı hesabına ödəmək üçün 1 və 2 saylı anbarlar mərkəzi anbarı mütəmadi olaraq əmtəlik ehtiyatlarla təmin edir. Daha doğrusu, əgər birinci gün mərkəzi anbar bölüşdürmə şəbəkələrinə 300 ədəd məhsul göndərilməsini planlaşdırırsa, onda bu cari tələbin ödənilməsi üçün istehsalçı firmanın hazır məhsul anbarlarından hər hansı birində birinci gün mövcud olan ehtiyatlar mərkəzi anbara göndərilir. Əgər bölüşdürmə şəbəkələrinin tələb etdiyi əmtəlik məhsulların həcmi bir anbarda mövcud olan ehtiyatın həcmindən çoxdursa, onda bu iki və daha artıq hazır məhsul anbarları hesabına (məsələn, 3 gün) bərpa edilir. Mərkəzi anbarların əmtəlik məhsullarla bu qayda üzrə təmin edilməsi birinci və ikinci anbarlarda da ehtiyatların bərpa edilməsi zəruriyyətini yaradır. Bunun üçün isə istehsal cədvəllərində – qrafiklərində müvafiq korrektə işləri aparmaq lazım gəlir.

Bu sistemlərə əsaslanmaqla bölüşdürmə şəbəkələrində məhsulların planlaşdırılmasını həyata keçirən istehsalçı fir-

malar satışın idarə edilməsi ilə bağlı marketing və logistika sahəsində konkret üstünlüklər əldə edirlər. Marketing sahəsində mövcud olan belə təşkilati üstünlüklərə adətən:

- hazır məhsulların topdansatış vasitəçilərinə və ya son istehlakçılara nəql edilməsinə sərf edilən vaxtın azaldılması hesabına servisin səviyyəsini yaxşılaşdırmaq;
- yeni məhsulların bazara çıxışını təmin etmək;
- minimum səviyyədə əmtəlik ehtiyat yaratmaqla hazır məhsulların hərəkəti haqqında əvvəlcədən marketing qərarları qəbul etmək;
- firmalarda istehsal və əmtəlik məhsul ehtiyatlarını optimal idarə etməklə istehlakçı tələbini vaxtında və dolğun ödəmək aid edilir.

Bu sistem daxilində logistikanın malik olduğu üstünlüklər isə:

- ayrı - ayrı məhsulgöndərmə partiyalarını bir – biri-lə koordinasiya etməklə əmtəlik məhsul ehtiyatlarının yaradılması, saxlanması və idarə edilməsi ilə əlaqədar çəkilən logistik xərcləri azaltmaq;
- məhsulgöndərmələrin həcmi və vaxtını dəqiq müəyyənləşdirməklə ehtiyatların səviyyəsini minimumlaşdırmaq;
- ehtiyatların həcmi azaldılması hesabına anbar sahələri və avadanlıqlarına tələbatı azaltmaq;
- sifarişlər üzrə effektiv əks əlaqələri təşkil etməklə məhsulların daşınmasına çəkilən logistik xərcləri minimum həddə çatdırmaq;
- istehsal və bölüşdürmə sahəsində yerinə yetirilən logistik funksiyalar arasında funksional əlaqələri yaxşılaşdırmaqdan ibarətdir.

Bütün bunlarla yanaşı DRP sisteminin tətbiqi sahəsində praktikada aşkar edilmiş bir sıra məhdudiyyətlər və çatışmazlıqlar mövcuddur. Birincisi, DRP sistemi məhsulgöndərmələrin həcmi ilə bölgü kanallarının (və ya konsolidasiya mərkəzlərinin) əmtəlik məhsullarla təmin edilməsi

arasında proqnozlaşdırılan əlaqələrin həyata keçirilməsini tələb edir. Belə bir proqnozlaşdırmanın düzgün aparılması bölüşdürmə kanallarında artıq məhsul ehtiyatlarının yaranmasına gətirib çıxarır. Daha doğrusu, ideal halda logistik menecerlər proqnozlaşdırmanı dəqiq aparmaqla logistik bölgü kanallarında artıq əmtəlik ehtiyatların yaranmasına imkan vermirlər. Əgər proqnozlaşdırmanın aparılması zamanı mümkün xətalara yol verilərsə və ya belə ehtimal oluna biləcək hal yaranarsa, onda vəziyyətdən çıxış kimi bölgü kanallarında müvafiq həcmdə sığorta ehtiyatı yaratmaq lazım gəlir. Ümumiyyətlə, mahiyyət etibarilə xətlərin yaranması üçün üç mühüm mənbə mövcuddur: proqnozlaşdırma metodunun özündə yol verilən xətlər; anbarların optimal yerləşdirilməsi və ya ehtiyatların səviyyəsinə təsir edən istehlakçı tələbinin düzgün müəyyənləşdirilməməsi nəticəsində yaranan xətlər; tələbin dəyişilməsi müddətinin və ya intervalının düzgün proqnozlaşdırılmaması ilə bağlı əmələ gələn xətlər. İkincisi, DRP sistemi daxilində ehtiyatların planlaşdırılması bölüşdürmə mərkəzləri və logistik sistemin digər mərhələləri arasında yerinə yetirilən logistik əməliyyatlardan yüksək etibarlılıq tələb edir. Logistik əməliyyat və ya funksiyaların (sifariş, nəqliyyat, istehsal və s.) yerinə yetirilməsi zamanı ixtiyari qeyri-müəyyənlik bu sistem daxilində qəbul edilən qərarların effektivliyinə əsaslı təsir göstərir. Üçüncüsü, bölüşdürmənin integrativ planlaşdırılması istehsal qrafiklərində tez – tez dəyişikliklərin əmələ gəlməsinə səbəb olur. Bu da öz növbəsində istehsal güclərindən əlverişsiz istifadəyə, məhsul çeşidi üzrə istehsal güclərinin düzgün yüklənməməsinə, istehsala çəkilən xərclərin müəyyənləşdirilməsində qeyri-müəyyənliyə, bölüşdürmə şəbəkələrinə və ya son istehlakçılara əmtəlik məhsulların göndərilməsi üzrə qrafiklərin pozulmasına gətirib çıxarır. Qeyd olunan bu çatışmazlıqları bölüşdürmə şəbəkələrində sığorta ehtiyatları yaratmaqla aradan qaldırmaq mümkündür.

Ötən əsrin 80-ci illərinin sonunda ABS – da və Qərbi Avropada «resursların/məhsulların bölüşdürülməsinin planlaşdırılması» sisteminin daha təkmil variantı – logistik sistemlərdə əmtəlik məhsulların bölüşdürülməsinin idarə edilməsi üzrə ikinci nəslə DRP 2 meydana gəldi. DRP 2 sistemi «on line» rejimində işləyən fərdi kompyuterlərin və elektron kanallarının lokal şəbəkələri üçün nəzərdə tutulan proqramlaşdırmanın müasir modelləri və alqoritmlərinin tətbiqinə əsaslanır. Buna görə də DRP 2 sistemi əmtəlik məhsullara tələbin proqnozlaşdırılmasının əlverişli modellərindən istifadə edir, tələbin uzun və qısamüddətli proqnozlaşdırılması üçün ehtiyatların idarə edilməsini həyata keçirir, habelə istehsal proqramları, istehsal gücləri, heyət, məhsulun keyfiyyəti və məhsulgöndərmələrin idarə edilməsi ilə bağlı məsələləri kompleks həll edir.

5.4. «LEAN PRODUCTION» MIKROLOGİSTİK KONSEPSİYASI

Son illərdə bir sıra qərb ölkələrinə məxsus firma və şirkətlər istehsalın təşkilində və əməli menecmentdə «*lean production*» logistik konsepsiyasını geniş tətbiq etməyə başladılar. Bu konsepsiya mahiyyət etibarilə «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının» inkişaf etməsi nəticəsində meydana çıxıb və özünə KANBAN və «resurslara / tələbatın planlaşdırılması» sistemlərindən ibarət elementləri birləşdirir. «Lean production» istehsal daxili logistik konsepsiyası mahiyyət baxımından bir - birilə qarşılıqlı əlaqədə olan aşağıdakı komponentləri özündə birləşdirir:

- yüksək keyfiyyət;
- məhsul partiyasının kiçik ölçüdə olması;
- ehtiyatların minimum səviyyəsi;
- yüksək ixtisaslı işçi heyətinin mövcudluğu;
- çevik istehsal texnologiyaları.

Kütləvi istehsaldan fərqli olaraq «zəif istehsal» kon-

sepsiyasında istehsalın təşkili adından görüldüyü kimi olduqca az həcmdə material resurslarından (minimum səviyyədə istehsal ehtiyatları, vahid məhsulun istehsalına az vaxt sərfi) istifadəyə əsaslanır. Bu da öz növbəsində istehsalçı firmalara (müəssisələrə) imkan verir ki, minimum istehsal ehtiyatlarına əsaslanan çevik istehsal texnologiyalarından məhsuldar istifadə etməklə istehlakçıları yüksək keyfiyyətli məhsullarla təmin etmək mümkün olsun, məhsulların hazırlanması zamanı texnoloji itkilər aradan qaldırılsın və zay məhsul istehsalına yol verilməsin. Beləliklə, bu konsepsiya kütləvi (aşağı maya dəyəri ilə böyük həcmdə məhsul istehsalı) və kiçik seriyalı (müxtəlif çeşidli və çevik məhsul istehsalı) istehsalın bütün imkanlarını özündə birləşdirir. Logistik nöqtəyi – nəzərdən «zəif istehsal» konsepsiyasının əsas məqsədi:

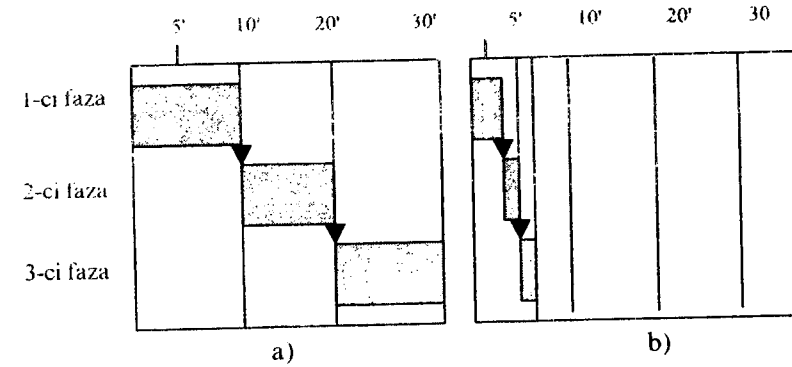
- istehsal olunan məhsulların yüksək keyfiyyət standartlarına uyğun gəlməsinə;
- istehsal xərclərinin aşağı olmasına;
- istehlakçı tələbinin dəyişməsinə çevik reaksiya verilməsinə;
- kiçik zaman kəsiyində texnoloji avadanlıqların sazlanmasına nail olmaqdan ibarətdir.

Bu konsepsiyadan istifadə etməklə əməli menecmentdə logistik məqsədlərin reallaşdırılması üçün əsas elementlər aşağıdakılar hesab edilir:

- hazırlıq müddətinin azaldılması;
- istehsal olunan məhsul partiyasının kiçik həcmi;
- istehsal dövrünün qısamüddətliyi;
- məhsul istehsalı zamanı yerinə yetirilən bütün proseslərin keyfiyyətinə nəzarət;
- istehsal sahələrinin zəruri material resursları ilə vaxtı – vaxtında ümumi təminatı;
- etibarlı məhsulgöndərənlərlə işgüzar əməkdaşlıq;
- axın proseslərinin elastikliyi;

- informasiya sistemlərinin «dartma» prinsipi üzrə fəaliyyət göstərməsi və s.

Logistik məqsədlərin reallaşması üçün əsas hesab edilən bu elementlərdən bir neçəsi üzərində dayanaq. Məhsul istehsalı partiyasının azaldılması və istehsal dövrünün qısaltdılmasının şərti nümunəyə əsaslanan təsviri şəkil 5.7 -də verilmişdir.



Şəkil 5.7. Məhsul partiyasının və istehsal müddətinin azaldılması

- a - partiyanın həcmi = 10 məmulat, ümumi istehsal vaxtı = 30 dəqiqə;
- b - partiyanın həcmi = 2 məmulat, ümumi istehsal vaxtı = 6 dəqiqə

Fərz edək ki, məhsulların hazırlanması (yığılması) ilə bağlı istehsal prosesi üç fazadan və məhsulların istehsal həcmi isə 10 məmulatdan ibarətdir. Şəkildən görüldüyü kimi istehsal dövrünün ümumi müddəti 30 dəqiqə təşkil edir. Məhsul partiyasının həcmi iki məmulata qədər azaldığı halda istehsalda sərf edilən ümumi vaxt 6 dəqiqə olacaqdır. Deməli, məhsul partiyasının 5 dəfə azalması istehsal dövrünün də 5 dəfə azalması ilə nəticələnir. Başqa sözlə, istehsal

tehsal dövrünün uzunluğu istehsal edilən məhsul partiyasının həcmindən funksional asılıdır. Bu zaman ehtiyatların səviyyəsinin minimum həddə qədər azaldılması və istehsal dövrünün qısaldılması istehsal prosesinin çevikliyinin əhəmiyyətli dərəcədə artmasına və onun bazar tələbinin dəyişilməsinə operativ uyğunlaşması üçün əlverişli şərait yaradır. «Zəif istehsal» sistemlərində KANBAN və «resurslara / tələbatın planlaşdırılması» sistemlərinə aid olan elementlərin tətbiq edilməsi praktiki olaraq istehsal prosesini minimum sığorta ehtiyatları ilə təşkil etməyə imkan verir. Bu zaman etibarlı məhsulgöndərənlərlə əməkdaşlığa əsaslanmaqla istehsal ehtiyatlarının səviyyəsinin minimumlaşdırılmasına və material resurslarının anbarlaşdırılmasına bir o qədər də ehtiyac yaranmır.

«Zəif istehsal» konsepsiyasında əsas diqqət istehsalın ümumi təminatına yönəldilir. Burada başlıca məqsəd texnoloji avadanlıqların hazırlıq vəziyyətinin fasiləsiz olaraq təmin edilməsi, bu avadanlıqların cari təmiri və onlara göstərilən texniki xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasından ibarətdir. Bütün bunlar – keyfiyyətə ümumi nəzarət, istehsal prosesinin effektiv təminatı öz növbəsində istehsal – texnoloji sahələr arasında bitməmiş istehsal (bufer) ehtiyatlarının həcmi minimum həddə qədər azaldır. Bu vəzifənin reallaşdırılmasında isə istehsal və logistik menecmentin orta və aşağı səviyyələrinə (hələqlərinə) aid edilən işçi personalının hazırlıq səviyyəsinin yüksəldilməsi böyük rol oynayır. Onlar:

- istehsal logistik proseslərə (prosedurlara) aid olan spesifik xüsusiyyətləri və tələbləri bilməli;
- yerinə yetirilən işlərin nəticələrini müəyyənləşdirməyə və logistik əməliyyatlara nəzarət etməyə qadir olmalı;
- zəruri təlimatlarla təmin edilməli və yüksək hazırlıqlı olmalı;
- idarəetmənin son məqsədini düzgün başa düşmə-

lidirlər.

«Dəqiq vaxtında» konsepsiyasında olduğu kimi bu konsepsiyada da etibarlı məhsulgöndərənlərlə qarşılıqlı işgüzar münasibətlərin qurulması böyük əhəmiyyət daşıyır. Etibarlı və potensial məhsulgöndərənlərlə işgüzar münasibətlər adətən aşağıda göstərilən məqamları nəzərdə tutur:

- məhsulgöndərənlər rəqib yox, uzunmüddətli əməkdaşdır;
- material resurslarının satıcısı və alıcısı öz fəaliyyətlərini bazarda müvəffəq fəaliyyət göstərmək üçün əlaqələndirirlər;
- istehsalçı firmalar (müəssisələr) öz məhsullarını keyfiyyət üzrə dünya standartlarına uyğun sertifikatlaşdırmalı; istehlakçılar (alıcılar) isə ilkin material resurslarının keyfiyyətini yoxlamalıdır;
- istehsalçı (satıcı) istehlakçı (alıcı) ilə uzunmüddətli və stabil təsərrüfat əlaqələri qurduğu bir şəraitdə öz məhsullarının qiymətini azaltmağa səy göstərməlidir;
- istehsalçılar (satıcılar) istehlakçılarla (alıcılarla) birlikdə material resurslarının xarakteristikalarında dəyişiklik aparılması və ya yeni məhsulun layihələşdirilməsi zamanı kooperasiya əlaqələri qurmalıdırlar;
- istehsalçı firmalar (müəssisələr) özlərinin logistik əməliyyatlarını material resurslarını istehlak edən firmaların (müəssisələrin) logistik strategiyaları ilə inteqrasiya etməlidir.

Bu tip əməkdaşlığın son nəticəsi hər bir material resursu növü üzrə məhdud sayda etibarlı məhsulgöndərənlərlə uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələrinin qurulmasından ibarətdir. «Zəif istehsal» konsepsiyasında məhsulgöndərənlər firmanın (müəssisənin) missiyasının həyata keçirilməsini təmin edən və istehsal, marketing və logistik fəaliyyətlə məşğul olan xüsusi struktur bölməsi kimi nəzərdən keçirilir. Məhsulgöndərənlərə belə yanaşma istehsalçı firma tərəfindən alınan giriş material resurslarına nəzarət edilməsi prosesini aradan qaldırır, onları biznes üzrə həqiqi əməkdaşa çevirir,

firmanın logistik strategiyasının reallaşması zamanı təchizat əməliyyatlarına integrativ keyfiyyət verir. Material resurslarının istehsal sahələrinə göndərilməsini həyata keçirən firmalar hazır məhsul istehsalçılarının gözlədiyi aşağıdakı tələbləri ödəməlidirlər:

- material resurslarının nəql edilməsini «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının nəzərdə tutulan texnoloji ardıcılığına uyğun yerinə yetirməli;

- material resursları keyfiyyət üzrə bütün standartların tələblərinə cavab verməli;

- material resurslarının qiyməti məhsul göndərmələr üzrə uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələri nöqteyi - nəzərindən aşağı olmalı;

- material resurslarının göndərilməsi ilə məşğul olan firmalar özlərində yaranan problem və çətinliklərlə istehlakçıları əvvəlcədən xəbərdar etməli;

- satıcılar yeni məhsulların ekspertdən keçməsi və ya texnologiyaya uyğunlaşması üçün alıcılara köməklik etməli;

- istehsalçılar material resurslarının göndərilməsini keyfiyyəti təsdiqləyən müvafiq sertifikat sənədləri ilə müşahidə etməlidir.

İstehsaldaxili logistik sistemlərdə «zəif istehsal» konsepsiyasının reallaşması üçün istehsal tsiklinin bütün səviyyələrində keyfiyyətə ümumi nəzarətin aparılması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bir qayda olaraq bir sıra qərb firmaları öz məhsullarına nəzarət edən zaman keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi konsepsiyasından və ISO 9000 seriyalı standartdan aktiv istifadə edirlər. «Zəif istehsal» sisteminin tətbiqlə hazır məhsul istehsalını və material axınlarının idarə edilməsi prosesində yerinə yetirilən əməliyyatları adətən beş əsas tərkib elementlərinə (biz onları simvolla işarə edəcəyik) bölürlər:

□ - material resurslarının hazır məhsula çevrilməsi - transformasiyası;

★ - istehsal tsiklinin hər bir mərhələsində keyfiyyətə nəzarət;

⇒ - material resursları, bitməmiş istehsal ehtiyatları və hazır məhsulların nəql edilməsi;

▭ - material resursları, bitməmiş istehsal ehtiyatları və hazır məhsulların anbarlaşdırılması;

○ - istehsal tsiklinə gecikmələr.

Bu komponentlərin logistik baxımdan idarə edilməsi «Zəif istehsal» sisteminin qarşısında duran məqsədlərin reallaşdırılmasını nəzərdə tutur, ona istiqamətlənib. Buna görə də «anbarlaşdırma və «gecikmələr» kimi axırncı iki elementlə müqayisədə transformasiya və nəql etmə əsas element hesab olunur və keyfiyyətin idarə edilməsi konsepsiyası baxımından məhsulların keyfiyyətinə nəzarət işinin mütəmadi olaraq həyata keçirilməsini tələb edir. Başqa sözlə, «zəif istehsal» konsepsiyasının məhəl prinsipi faydasız əməliyyatları aradan qaldırmaqdan ibarətdir.

Əməliyyatlar	Adi axın prosesləri					LP axın prosesləri				
	□	★	⇒	▭	○	□	★	⇒	▭	○
Material resurslarının alınması			●							
Sınaq					●					
Giriş nəzarət		●								
Anbara daşınma			●							
Material resurslarının anbarlaşdırılması				●					●	
Yığım üçün daşınma					●					
Gözləmə	●									
Məhsulların yığılması		●								
Keyfiyyətə nəzarət			●							
Qablaşdırma daşınma					●					
Gözləmə										
Məhsulların qablaşdırılması									●	
Anbara daşınma		●								

Şəkil 5.8. «Zəif istehsal» sistemində istehsal prosesinin transformasiyası

İstehsal prosesinin material resursları ilə təminatı za-

manı praktikada intensiv tətbiq edilən adi axın proseslərini LP axın prosesləri əvəz edir. Bunu şərti nümunələr əsasında tərtib edilən şəkil 5.8- də nəzərdən keçirək. Qeyd olunan sxemin sol hissəsində «geniş» axın proseslərini təşkil edən hazır məhsulun hazırlanmasının tipik istehsal tsikli verilmişdir. Sxemdə bu tsiklə uyğun gələn əməliyyatlar müvafiq simvollarla işarələnmişdir. Müqayisə aparılan sxemdən görünür ki, adi axın proseslərinin təşkili zamanı material resurslarının tədarükündən onların istehsal istehlakına cəlb edilməsinə qədər bir sıra artıq -- aralıq mərhələlər yerinə yetirilir. Bu aralıq mərhələlərin icra edilməsi təbii ki, istehsalçı firma və müəssisədən əlavə transsaksiyon xərcləri tələb edir. LP konsepsiyası üzrə axın proseslərinin təşkilində isə anbarlaşdırma, istehsal tsiklində gözləmələr kimi «faydasız» əməliyyatlar aradan qaldırılır. Bu da nəticə etibarlı ilə istehsal dövrünün uzunluğunun və qeyri-məhsuldar logistik xərclərin əhəmiyyətli dərəcədə azaldılmasına gətirib çıxarır.

«Zəif istehsal» sisteminin mühüm elementindən biri də yuxarıda nəzərdən keçirilən «dartma» sisteminin prinsipidir. Bu konsepsiyada «dartma» sisteminin prinsipinin tətbiqi anbarların olmamasını və bütün növ ehtiyatların iş yerlərində yerləşdirilməsini nəzərdə tutur. Yəni, istehlakçı sifarişlərinin ödənilməsi üçün yalnız və yalnız məhsul istehsalına lazım olan komponentlərdən daha faydalısının (istehsalda tətbiq olunma ardıcılığı nəzərə alınmaqla) istifadə olunması məqsədəuyğundur. Belə sistemlərdə tədarük edilmiş material resursları ənənəvi sistemdən fərqli olaraq aralıq mərhələlərdən keçmədən birbaşa yığım sahəsinə nəql edilir. Burada material resursları üzərində müvafiq texnoloji əməliyyatlar aparıldıqdan, yəni, material resursları hazır məhsula çevrildikdən sonra keyfiyyətə nəzarət baxışından keçirilərək qablaşdırma (taralaşdırma) sahələrinə ötürülür. Burada məhsullar taralaşdırılır və malyeridilişi kanalları vasitəsilə satış bazarlarına çıxışını təmin etmək üçün hazır məhsul anbarlarında anbarlaşdırılır.

Beləliklə, sxemdən də görüldüyü kimi bir – birilə üzvi vəhdətdə olan on üç əməliyyatın yerinə yetirilməsini nəzərdə tutan ənənəvi sistemlə müqayisədə tətbiqi iqtisadi cəhətdən əlverişli olan bu sistemdən istifadə olunması yalnız ardıcıl dörd lokanik sadə əməliyyatın icrasını nəzərdə tutur. Bu konsepsiya bazar tələbi ilə şərtləşən istehsal ehtiyatlarının səviyyəsini azaltmaqla istehsal sahələri üçün sifarişlərin icra edilməsini avtomatik surətdə dispetçerləşdirir, məhsul göndərənlərlə əks əlaqələrin təşkilini optimallaşdırır və sifarişlərin dövriyyəsini aktivləşdirir.

5.5. SAİR LOGİSTİK KONSEPSİYALAR

Bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələrdə sair mikrologistik konsepsiyalar arasında son on ildə ən geniş yayılmış konsepsiya «tələbə reaksiya vermə» (demand – driven techniques) konsepsiyası hesab edilir. Bu konsepsiyaya əsasən «resurslara / tələbatın planlaşdırılması» konsepsiyasının modifikasiya edilmiş formasıdır və dəyişən bazar tələbinə verilən adekvat reaksiyaların yaxşılaşdırılması məqsədini daşıyır. Qeyd olunan bu konsepsiyanın praktikada: «*sifariş nöqtəsi*»; «*tez reaksiya vermə*» «*ehtiyatların fasiləsiz bərpa edilməsi*» və «*ehtiyatların avtomatik bərpa edilməsi*» kimi dörd variantı mövcuddur.

«*Sifariş nöqtəsi*» (*re – order point ROP*) konsepsiyası ehtiyatların idarə edilməsi və səviyyəsinə nəzarətin ən çox istifadə olunan köhnə metodlarından biri olmaqla hazır məhsulun istehsalı üçün zəruri olan material resurslarının məsrəf edilməsinin statistik parametrlərinə və sifariş nöqtəsinə əsaslanır. Daha doğrusu, istehlakçıların bu və ya digər material resurslarına və ya hazır məhsullara tələbinin yarandığı yerdə – nöqtədə vaxt itkisinə yol vermədən dolğun ödənilməsi bu konsepsiyanın əsas məqsədini təşkil edir. Bunun üçün əsas müqəddəm şərt ondan ibarətdir ki, sifariş – tələbin yarandığı yerdə tələbin səviyyəsini ödəyə biləcək

həcmdə ehtiyat yaradılmalıdır. Məhz buna görə də tələbdə baş verən təəddüdləri nəzərə almaq (kənarlaşdırmaq) üçün yaradılan sığorta ehtiyatlarının səviyyəsini bu konsepsiyanın köməyi ilə müəyyənləşdirmək və optimallaşdırmaq mümkündür. Deməli, «sifariş nöqtəsi» konsepsiyası tələbin yarandığı nöqtəni, həm də bu tələb sifarişlərin ödənilməsi üçün ehtiyatların zəruri səviyyəsini müəyyənləşdirməyə imkan verir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, bu və ya digər variantda sifariş nöqtəsinin müəyyənləşdirilməsi üçün «tələbə reaksiya» konsepsiyasının digər metodlarından da istifadə olunduğundan ROP konsepsiyasından istifadə əsasən sığorta ehtiyatlarının səviyyəsini tənzimləməkdən ibarətdir. Odur ki, ROP metodunun effektivliyi hər şeydən əvvəl tələbin dəqiq proqnozlaşdırılmasından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Bunun nəticəsi olaraq logistik menecmentlər istehlakçı tələbini dəqiq proqnozlaşdırmaq imkanlarına malik olmadıqlarından uzun müddət bu metodun tətbiqinə ciddi fikir vermir və bir o qədər də şey göstərmirdilər. Nəticədə ROP metodu logistikada özünə tətbiq sferası tapa bilmirdi.

Qeyd olunan metodun meydana gəlməsi informasiya texnologiyaları sahəsində inqilabi dəyişikliklərin baş verməsi, müasir telekommunikasiya və informasiya kompyüter sistemlərinin köməyi ilə hər bir satış nöqtəsində tələb haqqında cari informasiyaların alınması, ötürülməsi və emal edilməsi imkanlarının meydana gəlməsi ilə bağlıdır. Təbii ki, bu proseslərin sürətlənməsinə bir tərəfdən yeni çevik istehsal texnologiyalarının intensiv tətbiq edilməsi, digər tərəfdən isə istehsal – logistik dövrünün uzunluğunun qısaldılması əsaslı təsir göstərirdi.

«Tez reaksiya vermə»; «ehtiyatların fasiləsiz bərpa edilməsi» və «ehtiyatların avtomatik bərpa edilməsi» mikrologistik konsepsiyalarının bazasını bazarın proqnozlaşdırılan tələbinə «reaktiv cavab vermək» metodologiyası təşkil edir. Bu konsepsiyaların hər biri əmtəlik məhsul ehtiyatla-

rının idarə edilməsi ilə bağlı məsələnin həllinə müxtəlif formada yanaşsa da, logistik sistemin dəyişən bazar tələbinə çevik reaksiya verilməsi müddətinin maksimum azaldılması baxımından oxşardır.

«Tez reaksiya vermə» (*quick response. QR*) konsepsiyası bəhəşdürmə şəbəkələrində material resursları və ya hazır məhsulların hərəkətini yaxşılaşdırmaq məqsədilə tələbin nəzərdə tutulan həcmdə dəyişilməsinə cavab olaraq pərakəndə ticarət strukturları ilə topdansatış ticarəti strukturları arasında logistik koordinasiyanı özündə birləşdirir. Bu konsepsiya pərakəndə ticarətlə məşğul olan vasitəçi strukturlarda aparılan satış əməliyyatlarına monitorinqin qoyulması və spesifik nomenklatura və çeşid üzrə satış həcmi haqqında topdansatış strukturlarına, topdansatış strukturlarından isə hazır məhsul istehsalçılara informasiyaların ötürülməsi yolu ilə həyata keçirilir. Daha doğrusu, son istehlakçılara yaxın olan pərakəndə satış şəbəkələrində istənilən təyinatlı hazır məhsullara tələb yarandıqda onlar bu tələb – sifarişi özlərinin sığorta ehtiyatları hesabına ödəməyə çalışırlar. Əgər bu tip ehtiyat növü pərakəndə ticarət strukturlarında (şəbəkələrində) yoxdursa və ya tələb olunan həcmdə deyilsə, onda bu strukturlar (şəbəkələr) özlərinin ehtiyatlarını bərpa etmək və tələbə tez reaksiya vermək məqsədilə yenidən formalaşan sifariş paketini topdansatış strukturlarına təqdim edirlər. Pərakəndə ticarət strukturlarının tələbinə çevik və tez reaksiya vermək üçün topdansatış ticarəti strukturları da eyni proseduru yerinə yetirməli olurlar. Yəni, topdan ticarət şəbəkələri bu tələbi ya öz ehtiyatları hesabına ödəyir, ya da istehsalçı firmalara (müəssisələrə) sifariş edirlər. Deməli, tələb – sifarişlər haqqında informasiyalar əks əlaqə prinsipi üzrə pərakəndə ticarəti strukturlarından istehsalçı firmalara (müəssisələrə) qədər prioritet əsaslarla operativ surətdə ötürülür.

Bəlliklə, material resurslarının yarandığı mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər axını zamanı logistik iştirak-

çılar arasında etibarlı informasiya təminatının yaradılması tələbə «tez reaksiya verilməsi» ilə bağlı yerinə yetirilən proseslərin pərakəndə, topdansatış strukturları və istehsalçılar arasında bölüşdürülməsinə təminat yaradır. Məsələn, pərakəndə satış ticarəti şəbəkəsi istehsalçı firmadan (müəssisədən) əmtəlik məhsulun hazırlanması ilə bağlı istehsal dövrünün uzunluğunun 15 gündən 13 günə kimi qısaldılmasını, məhsulgöndərənlərdən isə ehtiyatların bərpa edilməsi üçün lazım olan müddətin altı gündən üç günə qədər azaldılmasını tələb edə bilər. Buradan görüldüyü kimi müasir informasiya texnologiyalarının tətbiqi və onların mütəmadi olaraq təkmilləşdirilməsi hazır məhsulun istehsalı, nəql edilməsi və ehtiyatların bərpa edilməsilə bağlı olan vaxt intervallarını əlaqələndirməyə və bu müddətlərdəki qeyri – müəyyənliyi aradan qaldırmağa imkan verir, integrativ logistik şəbəkələrdə əməkdaşların maksimum çevik qarşılıqlı əlaqəsinə perspektivlər vəd edir. Bu konsepsiyanın tətbiqi ehtiyatların həcmi tələb olunan səviyyəyə (istehlakçı tələbini tez ödəyə biləcək həddən az olmamaqla) qədər azaltmağa və eyni zamanda ehtiyatların dövr sürətinin artırılmasına şərait yaradır.

«Ehtiyatların fasiləsiz bərpa edilməsi» (*continuous replenishment, CR*) üzrə logistik strategiya «tez reaksiya vermə» konsepsiyasının modifikasiyası hesab edilir və bir tərəfdən istehsal sahələrində material resursları üzrə ehtiyatların, digər tərəfdən isə bölüşdürmə kanallarında əmtəlik məhsullar üzrə ehtiyatların bərpa edilməsi üçün lazım olan sifariş paketlərinə tələbatın aradan qaldırılmasına xidmət edir. Bu strategiyanın əsas məqsədi pərakəndə və topdansatış ticarəti şəbəkələrində əmtəlik ehtiyatların fasiləsiz bərpa edilməsinə istiqamətlənmiş əlverişli logistik planları müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

Pərakəndə satış ticarəti şəbəkələrində satılan məhsulların həcmi haqqında və topdansatış ticarəti şəbəkələrindən bu strukturlara (və ya istehsalçı müəssisələrdən topdansatış

ticarəti şəbəkələrinə) göndərilən hazır məhsulların həcmi haqqında gündəlik informasiyaları təhlil etməklə hər bir məhsul çeşidi üzrə məcmu tələbin həcmi hesablanır. Bundan sonra tədarükət üzrə qəbul edilən öhdəliklərə uyğun olaraq məhsulgöndərənlər, topdan və pərakəndə satış ticarətini həyata keçirən bölüşdürmə kanallarının iştirakçıları arasında razılaşma əldə edilir. Daha doğrusu, məhsulgöndərənlər satış və proqnozlaşdırılan tələb haqqında informasiyaların təhlili əsasında pərakəndə satış şəbəkələrində ehtiyatları bilavasitə və ya topdansatış vasitəçilərinin köməyiylə fasiləsiz (və ya böyük intervallarla) bərpa edirlər. Bəzi hallarda ehtiyatların bərpa edilməsinə çəkilən vaxtı qısaltmaq məqsədi ilə hazır məhsullar topdansatış vasitəçilərindən keçmədən birbaşa pərakəndə satış strukturlarına çatdırılır. «Ehtiyatların bərpa edilməsi» konsepsiyasına müvafiq olaraq logistik işlərin əlverişli həyata keçirilməsi üçün aşağıdakı vacib şərtlərə mütləq mənada əməl etmək lazımdır:

a) pərakəndə satış ticarəti şəbəkələri mövcud reallığı düzgün qiymətləndirməyə imkan verən informasiyalara malik olmalı;

b) məhsulgöndərənlərə ötürülən bu informasiyaların vaxtı – vaxtında operativ təhlil edilməsi nəticəsində əlverişli qərarlar qəbul edilməli;

c) material resurslarını istehsal sahələrinə, əmtəlik məhsulları isə məhsulgöndərənlərdən topdan və ya pərakəndə satış şəbəkələrinə ayrı - ayrı nəqliyyat vasitələri ilə etibarlı nəql etməli;

ç) yükəmələrin həcmi nəqliyyat vasitələrinin yük tutumuna maksimum dərəcədə uyğun gəlməlidir.

«Tez reaksiya vermə» və «Ehtiyatların fasiləsiz bərpa edilməsi» strategiyalarının inkişaf etməsi nəticəsində yeni logistik – **«ehtiyatların avtomatik bərpa edilməsi»** (*automatic replenishment, AR*) konsepsiyası meydana gəldi. Bu konsepsiya məhsulgöndərənləri (hazır məhsul istehsalçıları) əmtəə xarakteristikaları və kateqoriyaları üzrə konkret qə-

rarların qəbul edilməsi üçün zəruri qaydalar toplusu ilə təmin edir. Əmtəə kateqoriyası adətən pərakəndə satış şəbəkələrinin konkret ticarət nöqtəsində ölçü və rənglərinə görə eyni olan məhsulların kombinasiyasını özündə birləşdirir. Məhsulgöndərənlər «ehtiyatların avtomatik bərpa edilməsi» strategiyasını tətbiq etməklə pərakəndə satış şəbəkələrinin məhsul kateqoriyalarına tələbatını ödəmək imkanı əldə edirlər. Daha doğrusu, pərakəndə satış şəbəkələrindən bu və ya digər təyinatla malik sifariş paketinin daxil olmasını və ya verilməsini gözləmədən məhsulgöndərənlər bu strukturları müvafiq əmtəə kateqoriyaları ilə təmin edir. Müxtəlif əmtəə kateqoriyaları ilə təmin edilən pərakəndə satış şəbəkələrində isə satışın intensiv xarakter alması məhsulgöndərənlərin çevikliyinə artmasına və ehtiyatların bərpa edilməsi ilə bağlı yerinə yetirilən işlərin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə şərait yaradır. Buna görə də pərakəndə satış şəbəkələrində ehtiyatların operativ idarə edilməsi məqsədlə hazır məhsulların zəruri vaxtda və həcmdə etibarlı göndərilməsi və tələbə uyğun olaraq ehtiyatların zəruri səviyyəsinin təmin edilməsi üçün məhsulgöndərənlər daha çox məsuliyyət daşıyırlar. Yəni, bu konsepsiyada əsas ağırlıq mərkəzi məhsulgöndərənlərin üzərinə düşür. Pərakəndə ticarət strukturları baxımından «ehtiyatların avtomatik bərpa edilməsi» logistik strategiyasının tətbiq edilməsinin nəticəsi əmtəə kateqoriyaları üzrə satış həcmi maksimumlaşdırma bilən sığorta ehtiyatlarının bərpa edilməsindən ibarətdir. Eyni zamanda bu strategiya pərakəndə satış strukturlarında ehtiyatların formalaşması, bölüşdürülməsi və onların etibarlı formada bərpa olunmasına çəkilən məsrəfləri azaltmağa da imkan verir.

Lakin bütün bu qeyd olunanlardan belə qənaətə gəlmək olar ki, «tez reaksiya vermək», «ehtiyatların fasiləsiz bərpası» və «ehtiyatların avtomatik bərpası» kimi logistik strategiyalar əsasən pərakəndə satış ticarəti şəbəkələrinin cari tələbini ödəməyə yönəlib və istehsalçı firmalarla (müas-

sisərlə) topdansatış ticarəti strukturları arasında integrativ münasibətləri tənzimləyir. Belə qarşılıqlı münasibətin - alyansın iki əsas səbəbi mövcuddur. Birincisi, istehlakçı tələbini, sifariş proseduru və hazır məhsulların nəql edilməsi qrafiklərindən təşkil edilən informasiya axınlarını, habelə bölüşdürmə kanallarında ehtiyatların idarə edilməsi ilə əlaqədar olan problemləri operativ həll etmək üçün məhsulgöndərənləri (istehsalçıları və topdansatış vasitəçilərini) konkret məlumatlar massivi (faylı) ilə təmin edir. Məhsul istehsalçıları və topdansatış ticarəti strukturları pərakəndə satış şəbəkələrində, bölüşdürmə mərkəzlərində və istehsal sahələrində əmtəəlik məhsulların *satış* həcmi və əmtəəlik ehtiyatların səviyyəsi haqqında tam və hərtərəfli məlumata malik olduqda, məhsulgöndərənləri də dəqiq planlaşdırma bilirlər. Bu tip planlaşdırmanın aparılması məhsulgöndərənlərə imkan verir ki, onlar tələbin dəyişməsinə, ayrı - ayrı istehlakçı sifarişlərinin yığılması prosesinin təşkili ilə bağlı məsələlərin həll edilməsinə, anbarların və istehsal bölmələrinin yerləşdirilməsinə operativ reaksiya versinlər. İntegrativ bölüşdürmə kanalları haqqında mövcud informasiyalar məhsulgöndərənlərə istehsal və bölüşdürmə sahələrində ayrı - ayrı məhsullar və istehlakçı qrupları arasında prioritetlərin müəyyənləşdirilməsində bilavasitə köməklik göstərir.

İntegrativ logistik sistemlərin inkişaf etdirilməsinin ikinci səbəbi **z a m a n** və informasiya amilini uçota almaqla bölüşdürmə şəbəkələrində əməkdaşların (logistik sistemin iştirakçılarının) fəaliyyətini əlverişli formada əlaqələndirməkdən ibarətdir. Logistik sistemin həlqələri arasında informasiyaların mübadiləsi və risklərin azaldılmasına əsaslanan ittifaq - alyans qarşılıqlı mənafevləri uçota almaqla uzunmüddətli əməkdaşlıq münasibətləri üçün şərait yaradır.

5. 6. LOGİSTİKAYA QOYULAN ƏSAS TƏLƏBLƏR

İstehsal və tədavül sahəsində material axınlarının idarə edilməsində təsərrüfat fəaliyyətinin yeni istiqaməti və ya material axınlarının iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsilə əlaqədar yeni imkanların axtarılması üçün fənlər arası elm hesab olunan logistika aşağıdakı tələbləri yerinə yetirməklə firmaların (şirkətlərin) maliyyə nəticələrinin yaxşılaşdırılmasını təmin edir.

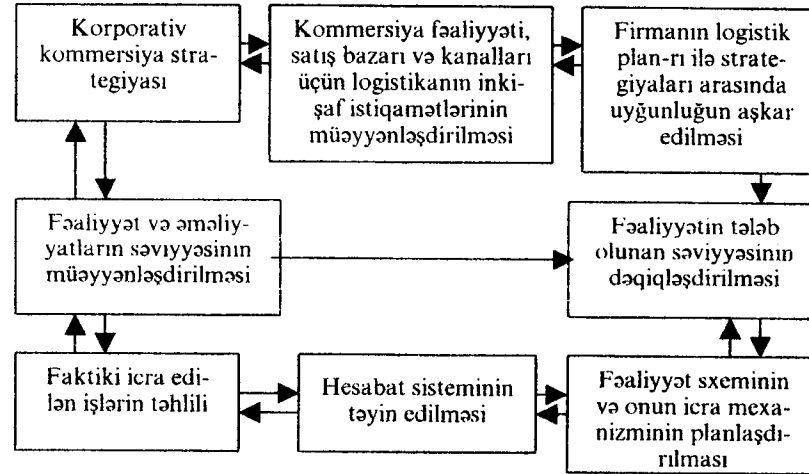
1. Logistika ilə korporativ strategiyalar arasında əlaqələr yaratmaq.

Təsərrüfat subyektləri logistikanın tətbiqilə yüksək bazar mənfəətinin təmin edilməsi üçün hər bir logistik əməliyyatları ayrı-ayrı aspektlər üzrə strateji planlarla üzvü sürətdə əlaqələndirməlidir. Logistikanı öz müəssisələrində tətbiq edən təsərrüfat rəhbərləri material axınlarının və bütün fəaliyyətin idarə edilməsinə, eləcə də idarəetmənin təkmilləşdirilməsi məsələlərinə logistik prizmadan yanaşırlar. Bu yanaşma hər şeydən əvvəl firma qarşısında duran ümumi məqsədlərin reallaşdırılması üçün başlıca amil hesab olunan məsrəflərin azaldılması və xidmətlərin differensiallaşdırılması yolu ilə rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsinə istiqamətlənmiş strategiyaların işlənilib hazırlanması və yerinə yetirilməsinə köməklik göstərən bütün logistik əməliyyatların idarə edilməsindən ibarətdir. Odur ki, belə təsərrüfat rəhbərləri firmanın ümumi mənfəətinin yüksəldilməsini təbəçiliklərində olan bölmələrin (şöbələrin) fəaliyyətini funksional əlaqələndirməklə «logistik əməliyyatlar məqsəd bazarında rəqabət qabiliyyətini təmin etməlidir» prinsipinin tətbiq edilməsində görürlər. Başqa sözlə, firma rəhbərləri üçün daha çox bazar seqmentlərinin ələ keçirilməsi və sabit bazar mövqelərinin qorunub saxlanması ümumi qəbul edilmiş konsepsiyası ondan ibarətdir ki, məhsulların tələb olunan yüksək keyfiyyətini (və ya logistik əməliyyatların icra edilməsini) təmin etməklə «istehlakçılara maksimum yaxınlaş-

maq» lazımdır. Bu baxımdan firmaların logistik menecerləri logistik fəaliyyət ilə korporativ strategiya arasında birbaşa əlaqəni nəzərdə tutan idarəetmənin prinsipial sxemini işləyib hazırlamalıdırlar. Belə sxemin tipik nümunəsi şəkil 5.9-da verilmişdir.

2. Material axınlarının hərəkət istiqamətlərini təkmilləşdirmək.

Bu tələb tədarükət, nəqlimə, anbarlaşdırma, ehtiyatların saxlanması və hazır məhsulların fiziki bölüşdürülməsi ilə əlaqədar vəzifələrin yerinə yetirilməsində logistik əməliyyatların elə təşkilini nəzərdə tutur ki, bu zaman bütün funksiyalara nəzarət etmək mümkün olsun. Başqa sözlə, bütün logistik funksiyalar effektiv idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi baxımından (əgər firmanın ayrı - ayrı xüsusi şöbələri bir - birilə bağlı olan logistik funksiyaların yerinə yetirilməsinə cavabdehlik məsuliyyəti daşıyorsa) mərkəzləşdirilmiş və ya əks mərkəzləşdirilmiş idarəetmə aparatı tərəfindən həyata keçirilən nəzarətə uyğun olaraq əlaqələndirilməli və birləşdirilməlidir.



Şəkil 5.9. Firmanın logistik strategiyasının hazırlanması zamanı icra edilən əməliyyatların sxemi

Praktiki təcrübə təsdiq edir ki, logistik funksiyaların vahid idarəetmə aparatı adı altında cəmləşdirilməsi məntiqi nöqteyi – nəzərdən düzgün və doğru olsa da əksər hallarda fəaliyyətin bu istiqamətdə qurulması heç də gözlənilən nəticənin əldə edilməsinə imkan vermir və istehsal yerlərində durğunluğun yaranmasına səbəb olur. Buna baxmayaraq material axınlarının hərəkət istiqamətlərində xüsusən iki mühüm: ehtiyatların idarə edilməsi və məhsulların fiziki bölüşdürülməsi sferasında mərkəzləşdirilmiş idarəetmə ənənələri getdikcə güclənir. Bu isə öz növbəsində biznesin çətin və mürəkkəb sahələri hesab olunan nəqletmə və anbarlaşdırmanın normal həyata keçirilməsinə imkan verməklə logistik dövrənin bütün mərhələlərinə tam nəzarət edilməsi üçün əlverişli şərait yaradır.

3. Logistik qərarların hazırlanması üçün zəruri informasiyaları qəbul etmək və mütərəqqi texnologiyalara əsaslanmaqla onları emal etmək (işləmək).

Aydındır ki, ayrı-ayrı logistik əməliyyatların və ya bütün logistik sistemin normal fəaliyyəti hər şeydən əvvəl zəruri informasiyaların və bu əsasda logistik qərarların vaxtı – vaxtında qəbul edilməsindən birbaşa asılıdır. Logistik sistemlər çərçivəsində qeyd edilən bu tələbin yerinə yetirilməsi bütün təsərrüfat subyektləri üçün elə bir şərait yaradır ki, onlar öz istehsal maliyyə imkanlarını nəzərə almaqla proqnozlaşdırdıqları bazar mənfəətini əldə edə bilsinlər. Bunun üçün bazarda normal fəaliyyət göstərən logistik sistemin iştirakçıları ayrı-ayrı logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı müasir hesablama texnikasından istifadəyə (kompyuterləşdirməyə), mənfəətin artırılması və logistikanın potensial imkanlarının reallaşdırılması mənbəyi kimi baxırlar. Məhsulqöndərənlər və ya istehsalçılar arasında logistik məlumatların elektron şəbəkələrinin tətbiqilə geniş mübadilə edilməsi istehlakçı firmaların bazar tələblərinə çevik reaksiya vermək qabiliyyətinin yüksəldilməsinə və bazar paylarının artırılmasına əsaslı köməklik göstərir. Buna

görə də «**istehlakçı şahdır**» prinsipindən çıxış edən, fərdi elektron hesablama maşınları əsasında informasiya mübadiləsinin həyata keçirilməsinə yaradıcı yanaşan firma və şirkətlər öz müştərilərinə göstərilən xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə hər vasitə ilə çalışırlar.

Bunun üçün isə onlar müvafiq informasiya təminatına malik olmalıdırlar. İnformasiya təminatının tələb olunan səviyyəsini əldə etmək məqsədilə firma və şirkətlər adi və ənənəvi sistemlərlə müqayisədə məsrəflərin azaldılmasını nəzərdə tutan informasiya idarəetmə sistemlərinin layihələşdirilməsi və ya yenidən qurulması üçün lazım olan maliyyə vəsaitlərinin həcminə (investisiya siyasətinin hazırlanmasına) xüsusi diqqət yetirirlər. Məsələn, firma və şirkətlər idarəetmə heyətini, logistik bölmələri və məhsulqöndərənləri bir – birilə əlaqələndirən informasiya sistemlərinin təkmilləşdirilməsinə xüsusi maliyyə vəsaitləri yönəltməklə xammal və material ehtiyatlarının səviyyəsinin əhəmiyyətli dərəcədə (bəzi hallarda 15 – 20 dəfə) azaldılmasına nail olurlar. Başqa sözlə, mükəmməl informasiya sistemləri ehtiyatların optimal idarə edilməsinə əlverişli şərait yaradır.

Firma və ya şirkətlər isə çoxsaylı logistik məsrəflərin uçota alınması və onlara nəzarət edilməsi üçün özlərinin maliyyə resurslarını müasir rabitə vasitələrinə əsaslanan kompyüter şəbəkələrinin yaradılmasına yönəldirlər. Praktiki təcrübəyə istinadən qeyd etmək olar ki, belə təyinatla malik olan maliyyə resursları sistemin tətbiqindən 3 - 4 ay keçdikdən sonra özünü ödəməyə başlayır. Daha doğrusu, mövcud sistemlərin modernləşdirilməsini məhz bu yolla qənaət edilən maliyyə resursları hesabına həyata keçirmək mümkün olur.

İnzibati - amirlik dövründə maddi - texniki təchizat sahəsində müxtəlif təyinatlı məsələlərin həlli üçün tətbiq edilən əksər EHM –lər istehsalçı müəssisələr tərəfindən növbəti təsərrüfat ilində istehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün lazım olan müxtəlif növ istehsal - texniki təyinatlı məhsulla-

ra sifariş - tələbnamələrin verilməsi, istehlakçıların istehsalçılara təhkimə, məhsul göndərmə planlarının icra edilməsinə nəzarət, satış bazalarında məhsul ehtiyatlarının səviyyələrinin uçotu, məhsul satışı və sairə üzrə məlumatların işlənməsi və operativ hesabatların hazırlanmasına xidmət edirdi. Bazar iqtisadiyyatı bütün təsərrüfat subyektlərinə iqtisadi müstəqillik verdiyindən istər istehsalçıların, istərsə də istehlakçıların iqtisadi fəaliyyətlərində əsaslı keyfiyyət dəyişiklikləri baş vermiş, məhsulların sifarişi, sifarişlərin qəbulu, icra edilməsi, məhsul göndərənlərin seçilməsi və məhsulların göndərilməsi mexanizmi inzibati – amirlik sistemindən fərqli olaraq yeni məzmun kəsb etməyə başlamışdır. Bu baxımdan da bir sıra iri firma və şirkətlər məlumatların yüksək sürətlə işlənməsini həyata keçirən və yüksək texniki təminat vasitələrinə malik yeni nəsil elektron hesablama maşınlarının bütün imkanlarından istifadə etmək üçün tətbiqi iqtisadi cəhətdən səmərəli olan sistemlərin hazırlanmasına xüsusi diqqət yetirirlər. Bu da logistik idarəetmə qərarlarının vaxtında hazırlanması və qəbul edilməsinə əlverişli şərait formalaşdırır.

4. Əmək resurslarından istifadəni səmərəli idarə etmək.

Material axınlarının idarə edilməsi prosesində mühüm əhəmiyyət kəsb edən elementlərdən biri də məhz əmək resurslarının idarə edilməsidir. Əgər firmaların (şirkətlərin) yüksək peşə yönümlü və yüksək ixtisas dərəcələrinə malik işçi heyəti varsa təbii ki, belə firmalar (şirkətlər) logistik sistemin effektiv fəaliyyətinə nail ola bilərlər. Məhz buna görə də firma və şirkətlərin rəhbərləri işçi heyətinin seçilməsi, onların professional hazırlığı və peşə yönümü və ya ixtisas dərəcələrinə müvafiq iş yerləri ilə təminatı məsələlərini mütəmadi olaraq diqqət mərkəzində saxlayırlar.

Müasir iqtisadi şəraitdə logistik idarəetmə aparatının yüksək təbəqələri aydın şəkildə başa düşürlər ki, yaxşı hazırlanmış və təcrübəli menecerlər firmaların strateji planlarının

müvəffəq reallaşdırılmasının bir növ təminatçısı kimi çıxış edirlər. Başqa sözlə, hazırlıqlı kadrlar potensialına malik firmalar (müəssisələr) ayrı-ayrı logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsində heç bir çətinlik çəkmədən logistik sistemlərin bütün tələb və iradlarına çevik reaksiya vermək qabiliyyətinə malik olurlar və sistemin effektivliyinin artırılmasına köməklik göstərirlər. Daha doğrusu, alıcıların bütün tələblərinin dolğun ödənilməsinə qarşısına məqsəd qoymuş və satış bazasında kəskin rəqabət mühitinin mövcudluğundan xəbərdar olan istehsalçı və ya məhsul göndərən firmalar özələrinin bazar dayanıqlıqlarını məhz yüksək istehsal və korporativ mədəniyyətə malik işçi heyəti hesabına möhkəmləndirirlər.

Təcrübə göstərir ki, alıcılar və satıcılar arasında uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələrinin mövcudluğu hər iki tərəf üçün əmək resurslarının idarə edilməsi məsələsini ümumi problemə çevirmişdir. Ümumi logistik dövrünün ayrı-ayrı həlqələrini təşkil edən tərəflərdən hər hansı biri logistik sistemin tələblərinə riayət etmirsə bu bütövlükdə hər iki tərəf üçün neqativ halların – istehsal proqramının yerinə yetirilməsində çatışmazlıqların, istehsalın material resursları ilə təminatında uyğunsuzluqların, məhsul göndərmələrdə gecikmələrin yaranmasına gətirib çıxarır. Nəticə etibarilə bir tərəfdə yaranan uyğunsuzluq və ya qeyri-sabit maliyyə nəticələri digər tərəfə də öz təsirini göstərir. Buna görə də tərəflər gələcək dövrdə yarana biləcək logistik problemlərdən qaçmaq üçün ümumi kondeksdən çıxış etməklə vahid kadr siyasəti aparmalıdırlar. Bunun üçün logistik sistemin ayrı-ayrı mərhələlərində (bölmələrində) çalışan kadrlarının iş yerlərində hazırlanması ilə yanaşı firmalar (müəssisələr) onları logistika sahəsində yeni metod və texnologiyaları mənimsəmək məqsədilə xüsusi ixtisas artırma kurslarına göndərir.

5. Ümumi strategiyaların hazırlanması üçün digər firmalarla qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələri qurmaq və onu inkişaf

etdirmək logistikanın təkmilləşdirilməsinə qoyulan ən mühüm tələblərdən biridir. Firmaların (müəssisələrin) mikromühitinə aid edilən bölmələr bu və ya digər səpkili logistik əməliyyatları yerinə yetirən zamanı brokerlər, məhsulgöndərənlər, topdansatış firmaları, istehlakçılar və s. bu kimi logistik vasitəçilərlə təsərrüfat əlaqələri qurur və onu inkişaf etdirirlər. Daha doğrusu, istehsalçı firmalar istehsal proqramının zəruri vaxtda yerinə yetirilməsi və hazır məhsulların istehlakçılara lazımı vaxtda çatdırılmasını həyata keçirmək məqsədilə ümumi logistik strategiyanın hazırlanması zamanı diqqət yönəldikləri əsas məsələ material resurslarının nomenklaturasının (iri və ya təsnif edilmiş) və onların alış bazarının müəyyənləşdirilməsidir. Aydındır ki, məqsəd (alış) bazarının təyin edilməsində təcrübəsi olmayan və maliyyə çətinlikləri ilə üzləşən logistik firmalar başqasının adından başqasının hesabına fəaliyyət göstərən vasitəçilərə, brokerlərə müraciət etmək məcburiyyətində qalırlar. Odur ki, müvafiq bazar fəaliyyəti konsepsiyasına malik olan vasitəçilər özlərinin logistik strategiyalarını uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələri yaratmış logistik firmaların strategiyalarına və ya əksinə uyğunlaşdırmalıdırlar. Bu proses hazır (əmtəlik) məhsulların satış siyasətinin formalaşması zamanı da həyata keçirilir.

İstehlakçılar tədarükat bazarında məhsuldar fəaliyyət göstərən məhsulgöndərənlər içərisində özlərinin təklif etdikləri məhsulların qiyməti, kəmiyyəti, keyfiyyəti məhsulgöndərmə şərtləri və qrafiklərinə əməl edilməsi intizamı, məhsulgöndərmə müddəti, nəqletmənin tezliyi, istehsal proqramında baş verən dəyişikliklərə çevik bazar reaksiyası verə bilmək qabiliyyəti və sairəyə görə fərqlənən məhsulgöndərənlərə daha çox üstünlük verirlər. Bu əsasda seçilmiş məhsulgöndərənlərlə təsərrüfat əlaqələri qurmaq və inkişaf etdirmək üçün ümumi logistik strategiyalar hazırlamalı və həyata keçirməlidirlər.

Qeyd edilən əməliyyatları topdansatış firmaları da

həyata keçirdiyindən belə nəticəyə gəlmək olar ki, mənfəətin artırılması istiqamətində ən yüksək nəticələri o firma və ya şirkətlər əldə edir ki, onlarla kommersiya münasibətlərində olan daxili və xarici iştirakçılar arasında sadə və çoxcəhətli əlaqələr yaradılmış olsun.

Bazarda müvəffəq fəaliyyət göstərən firmalar (şirkətlər) öz aralarında sabit və məhsuldar xarakterli işgüzar münasibətlərə malikdirlər. Onlar hər şeydən əvvəl belə münasibətləri bazarın tələbi baxımından qurduqlarından onu epizodik, təsadüfi hal kimi qiymətləndirmir, sadəcə bu münasibətlərə yaxın zaman kəsiyi üçün logistik məsrəflərin azaldılması istiqaməti kimi baxırlar. Bu nöqtəyi – nəzərdən çıxış edən firmalar (müəssisələr) məhsulgöndərənlər, istehlakçılar, nəqliyyat agentləri və logistik dövrənin digər iştirakçıları ilə yaradılan «strateji ittifaq»-ın fəaliyyət spektrini daha da genişləndirirlər. Müasir şəraitdə fəaliyyət göstərən ixtiyari iri istehsalçılar material resurslarının alqı - satqısı üzrə kommersiya əməliyyatlarını həyata keçirən zaman strateji əməkdaşlığın konturlarını özlərinin tərəf müqabilləri - işgüzar tərəfdaşları ilə qarşılıqlı əlaqədə və güzəştlər əsasında müəyyənləşdirirlər. Bu zaman istehsalçı firmalar istehsal proqramlarında, məhsulgöndərmə qrafiklərində baş verə biləcək dəyişikliklərin proqnozlaşdırılması, habelə məhsulgöndərmə qrafikləri üzrə informasiyaların mübadilə edilməsi prosesinin açıq və sistemik xarakter daşmasına çox böyük əhəmiyyət verirlər. Çünki informasiyaların mövcudluğu və onların qeyd edilən formada operativ mübadiləsi məhz logistik dövrənin ayrı-ayrı iştirakçıları arasında təsərrüfat əlaqələrinin tələb olunan səviyyədə qurulmasına şərait yaradır və onların dinamikliyini artırır.

6. Maliyyə göstəriciləri sistemində logistik əməliyyatlar hesabına daxil olan mənfəət və gəlirlərin uçotunu aparmaq.

Nəqliyyat, anbarlaşdırma, informasiya, tədarükat, satış və digər logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi nəticəsində firmanın mənfəətli olub-olmaması onun müvafiq uçot

– kalkulyasiya, təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili, iqtisadiyyat, mühasibatlıq və digər struktur bölmələri tərəfindən hesablanır. Belə bir praktika Amerika firmalarına məxsusdur. Onlar fərdi formada logistik sifarişləri qəbul edir və bu əsasda yüksək xidmət göstərilməsini təmin etməklə məhsul satışı zamanı əhəmiyyətli dərəcədə mənfəətə malik olurlar. Bu zaman firmaların logistik bölmələri idarəetmə aparatının tələb etdiyi səviyyədə servis xidmətinin göstərilməsinə zəmanət verir. Nəticə etibarlı ilə bu da logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı logistik aktivliyə görə mənfəətin artırılmasına səbəb olur. Qərb şirkətlərində isə maliyyə fəaliyyətinin mühüm indikatoru kimi aktivlər üçün mənfəət norması göstəricisindən geniş istifadə edirlər. Əksər amerika firmaları buna əsaslanaraq logistik aktivlərin hər biri üçün mənfəəti ayrıca hesablayırlar. Əgər logistik dövrünün hansı bir mərhələsində logistik xərclərin səviyyəsi yüksəkdirsə bu mərhələdə və ya o aktiv üçün mənfəətin hesablanmasına ehtiyac yoxdur. Daha doğrusu, ümumi logistik dövrünün bu mərhələsinin xərc tutumlu olması burada ayrı-ayrı xərc elementlərinin ayrılıqda təhlil və təftiş edilməsini nəzərdə tutur. Çünki, belə işin aparılması növbəti logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı təkrarlanmaların qarşısını alır və çəkilən xərclərin minimumlaşdırılmasına imkan verir.

Maliyyə praktikasında qeyd edilən göstəricinin tətbiq edilməsi nəticəsində əksər firma və şirkətlərin idarəetmə aparatı ayrı-ayrı logistik əməliyyatların xərc tutumlu və ya mənfəətli olması üzrə analitik qiymətləndirmə aparır. Nəticədə firmalar məsələn, məhsulların nəql edilməsini həyata keçirən xüsusi avtomobil parkının yeniləşdirilməsinə və orada mövcud avtomobillərin sayının azaldılmasına və ya ümumiyyətlə xüsusi avtomobil parkından imtina etməklə yükdaşımaların ixtisaslaşdırılmış nəqliyyat agentliklərinin öhdəsinə buraxılmasına, eləcə də xüsusi anbarlardan imtina etməklə ümumi istifadədə olan anbarlardan icarə yolu ilə

istifadə edilməsinə üstünlük verilməsi məsələlərini daim diqqət mərkəzində saxlayırlar.

7. Rentabelliyn yüksəldilməsi üçün logistik xidmətlərin optimal səviyyəsini müəyyənləşdirmək. Bu tələb firma və şirkətlərin strateji siyasətinin mühüm elementi hesab olunur. Logistik xidmətin optimal səviyyəsinin aşkar edilməsi üçün yüksək səviyyəli servis xidmətinin göstərilməsi nəticəsində əldə edilən əlavə gəlirin həcmi təyin edilir və bu zaman belə yüksək səviyyənin qorunub saxlanılmasına çəkilən xərclərlə alınan mənfəət nəticə etibarlı ilə müqayisə olunur. Bunun üçün isə logistik xidmətin səviyyəsini səciyyələndirən və bazara istiqamətlənmiş konkret proqram işləyib hazırlanır. Bu proqramda müxtəlif qruplara aid edilən ayrı-ayrı istehlakçıların ümumi satışın həcmində xüsusi çəkili, xidmətin səviyyəsi və eləcə də sifarişlərin yerinə yetirilməsi müddəti nəzərə alınmaqla logistik xidmətin necə həyata keçirilməsi (planlaşdırılması) göstərilir (cədvəl 5.3).

Cədvəl 5.3

İstehlakçılara göstərilən xidmətlərin proqramı

Xidmət göstərilən istehlakçı qrupları	Satışın həcmində istehlakların xüsusi çəkisi, %-lə	Xidmət səviyyəsi, %-lə
A	60	95-98
B	20	90-95
C	15	90-95
Ç	3	85-90
D	2	85-90

Qərb ölkələrində əksər firmalar belə qənaətə gəliblər ki, istehsal etdikləri məhsulların rəqabət qabiliyyətini artırmaq, istehlakçılarla uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələri formalaşdırmaq və rəqabət mübarizəsinə tab gətirmək üçün konkret istehlakçılara bu və ya digər təyinatlı logistik xidmətlərin göstərilməsi vacibdir. Bunun üçün onlar logistik xidmətlərin parametrlərini müəyyənləşdirmiş və bu xidmətə

qarşı qoyulan tələblərin ciddi şəkildə yerinə yetirilməsinə nəzarət edirlər. Nəzarət işi hər şeydən əvvəl göstərilən logistik xidmətin beynəlxalq normalar çərçivəsində işlənilib hazırlanmış vahid standartlara uyğun olub-olmamasının təhlil edilməsi yolu ilə həyata keçirilir. Lakin bu zaman o firmalar (müəssisələr) ən yüksək iqtisadi nəticələrə nail olurlar ki, onların logistik bölmələri bütün istehsal şöbələri ilə ayrı-ayrı xidmət növləri üçün firmadaxili müqavilələr bağlayır və bunun üçün onlardan göstərilən xidmətə görə müvafiq xidmət haqları alırlar. Başqa sözlə, mikrologistik xidmətin verdiyi iqtisadi səmərə makrologistik xidmətin həyata keçirilməsi üçün əlverişli mühit formalaşdırır, firmanın beynəlxalq bazarlarda imicinin yüksəldilməsinə köməklik göstərir və ümumi logistik dövrənin məhsuldarlığını artırır.

8. Logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsinə ciddi nəzarət etmək.

Qeyd edilən bütün tələblərin ən əsas məqsədi logistik xərclərin azaldılması hesabına logistik sistemin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsindən ibarətdir. Buna görə də ayrı-ayrı fundamental problemlər, məsələn sahibkarlığın strategiyası firmaların istər makro, istərsə də mikro səviyyədə logistik strategiyaları ilə əlaqələndirilməlidir. Deməli, ümumən sahibkarlıq fəaliyyətinin normal gedişi bilavasitə logistik strategiyanın düzgün seçilməsindən və burada logistik əməliyyatların tələb olunan səviyyədə minimal xərclərlə zəruri vaxtda və lazımı yerdə həyata keçirilməsindən asılıdır. Odur ki, əgər firmanın idarəetmə aparatı böyük iş təcrübəsi və dərin elmi biliklərə malikdirsə, yəni praktika elmi nəzəriyyə ilə vəhdət təşkil edirsə, onda bu qeyd edilənləri reallaşdırmaq mümkündür. Bu isə öz növbəsində logistik menecerdən, eləcə də logistik idarəetmə aparatından logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi ardıcılığının müəyyənləşdirilməsi və onların ciddi surətdə həyata keçirilməsinə nəzarət edilməsini tələb edir.

Amerika mütəxəssisləri D.Buşer və Q.Tindol hesab

edirlər ki, firma tərəfindən qeyd olunan səkkiz tələbin yerinə yetirilməsi logistikanın marketinq və istehsalla qarşılıqlı əlaqəsinə təminat verir. Eyni zamanda bu tələblər bütün logistik əməliyyatların həyata keçirilməsini yüksək səviyyədə təşkil etməklə bərabər istehlakçılar üçün aktiv fəaliyyət sahələrində effektiv servis xidməti yaradır. Bu da nəticə etibarlı ilə firmaların rəqabət qabiliyyətini yüksəldir və onlar üçün mənfəət artımını təmin edir.

FƏSİL 6: LOGİSTİK SİSTEMLƏR

6.1. LOGİSTİK SİSTEMLƏR VƏ ONLARIN XASSƏLƏRİ

Bütün maddi varlıq daima hərəkətdə və inkişafda olan nəhəng bir sistemdir. Hər bir sistem özündən daha böyük sistemin ya alt sistemidir, ya da elementidir. Bir sistemin elementi olmaq etibarlı ilə kiçik sistemlər heç də bəsit deyilərlər. Onların da alt sistemləri - elementləri vardır. Bütünlükdə kainatın hələlik ən xırda tərkib hissəsi, maddi əsası sayılan mikrohissəciklərin də mürəkkəb daxili quruluşu, alt sistemləri və elementləri vardır. Beləliklə, dünya sonsuz və dərk edilən olmaqla, həm də ciddi daxili intizama malik sistemdir. Daha doğrusu, dünya sistemdirsə, onu təşkil edən maddi proseslər isə əlahiddə götürülmüş sistem olmaqla onun tərkib elementləri - alt sistemləridir.

Yeni elmi sahə hesab edilən logistika da cəmiyyətin maddi tələbatını ödəmək məqsədilə materialların ilkin mənbədən son istehlak yerlərinə qədər hərəkəti ilə bağlı yerinə yetirilən bütün iqtisadi proseslərə sistem kimi baxır. Bu sistemi təşkil edən elementlərin hər biri özünəməxsus daxili qanunların təsiri altında nizama salınır və idarə olunur.

Deməli, material axınlarının hərəkətini təmin edən obyektlərə sistem kimi yanaşma praktik fəaliyyət sahəsi hesab olunan logistikanın əsas xüsusiyyətini təşkil edir və vaxtaşırı sistemli təhlilin aparılmasını obyektiv zəruriyyətə çevirir. Sistemli yanaşma logistik obyektə müxəlif baxışların sintezini, inteqrasiyasını nəzərdə tutur. Sistemli təhlilin aparılması müasir elmin malik olduğu ən mütərəqqi və səmərəli metodların istifadə edilməsinə imkan verən elmi-texniki tərəqqinin obyektiv qanunauyğunluğudur və aşağıdakı əsas prinsiplərə:

- sistemlərin yaradılmasını ardıcıl - mərhələlər üzrə həyata keçirmək;

- layihələşdirilən sistemlərin informasiya, etibarlılıq, resurs və digər xarakteristikaları arasında ahəngdarlığı təmin etmək;

- sistemin elementləri arasında və ya bütövlükdə sistemlə bu elementlər arasında münasibətlərin qurulması zamanı münaqişələrə yol verməmək və sairəyə əsaslanır.

Qeyd edilən prinsiplərə əsaslanmaqla sistemli təhlil aşağıdakı mərhələlər üzrə reallaşdırılmalıdır:

- problemin qoyuluşu və onun iqtisadi təhlili;
- mövcud sistemin struktiv təhlili;
- sistemin ümumi məqsədi və səmərəlilik meyarlarının müəyyənləşdirilməsi;
- məqsədin həyata keçirilməsi üçün resurslara tələbatın aşkar edilməsi;
- proqnozlaşdırma və gələcək üçün mövcud şəraitin qiymətləndirilməsi;
- kompleks inkişaf proqramının tərtib edilməsi;
- məqsədə nail olunması üçün əlverişli sistemin qurulması.

İxtiyari sistemin öyrənilməsi zamanı onların qurulması və fəaliyyət prinsiplərinin, eləcə də bu sistemin ətraf mühitlə qarşılıqlı əlaqələrinin aşkar edilməsi problemi meydana çıxır.

Sistemin şərh edilməsi məsələsi ixtiyari elm sahəsində vacib və əhəmiyyətli məsələ hesab olunur.

Sistem - təbiət və ya insan cəmiyyəti tərəfindən müəyyən məqsədlərin yerinə yetirilməsi üçün qarşılıqlı əlaqə və təsirlərə malik elementlərdən təşkil edilmiş, müstəqil və sabit, mütəmadi inkişaf edən ətraf mühitlə qarşılıqlı əlaqələrdən asılı olaraq təkmilləşən strukturu özündə birləşdirir. Başqa sözlə - sistem dedikdə bir-birilə qarşılıqlı əlaqədə olan element və hissələrin nizamlı düzülüşü (yerləşdirilməsi) nəzərdə tutulur.

Cəmiyyətdə və təbiətdə baş verən bütün hadisə və proseslər səbəbsiz baş vermir, nizamsız, qeyri-qanuni fəaliyyət

göstərmir, onlar bu və ya digər formada bir-birilə sıx əlaqədədir. Bu əlaqələr bütün dövrlərdə məhsuldar qüvvələrin inkişaf səviyyəsinə uyğun olaraq öyrənilmişdir.

Əgər təbii sistem «*təbiət tərəfindən qoyulan*» məqsədləri dolğun ödəmirsə və ya ödəmək qabiliyyətinə malik deyilsə o, öz-özünə məhv edilir və güclü, yüksək həyat qabiliyyətli sistemlə əvəz olunur. Belə bir yanaşmadan cəmiyyətin inkişafı baxımından insanlar tərəfindən yaradılan süni sistemlərdə də istifadə olunur.

İxtiyari hər bir sistem onu xarici mühitdən ayıran konkret sərhədlərə malikdir. Əksər hallarda sistem və ətraf mühit arasındakı sərhəd o qədər də dəqiq olmadığından ətraf mühit anlayışına diqqətli yanaşma tələb olunur. Hər bir sistem üçün ətraf mühit bütövlükdə sistemə təsir edən obyektlərdən və eləcə də sistemin davranış tərzində nəticəsində xassələrini dəyişən obyektlərdən ibarətdir. Əlbəttə ki, ətraf mühit və ya sistem arasında dəqiq bölgünün aparılması hər şeydən əvvəl öz marağı naminə mövcud obyektlər məcmusuna istifadə predmeti kimi baxan individumun məqsədindən asılıdır. Sistemlər çoxluğu dəqiq sərhəddə malik olur. Lakin elə sistemlər də mövcuddur ki, onlar heç də dəqiq müəyyən edilmiş sərhəddə malik deyil. Bu mənada istehsal-iqtisadi sistemlər xüsusi ilə maraqlıdır. İstehsal, maliyyə, informasiya, sosial cəhətdən bu tip sistemlərin sərhədləri həm zaman, həm də məkanca bir-birindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Ümumilikdə götürdükdə iqtisadi sistem insan tərəfindən yaradılan, fiziki, olduqca mürəkkəb, ehtimallı, dinamik, dövrü (tsiklik), qeyri-xətti, mükəmməl, açıq, öz-özünü tənzimləyən, öyrədən və təkmilləşən bir sistemdir. İctimai tələb və onun ödənilməsi imkanları arasındakı fərq iqtisadi sistemləri inkişaf etdirməyi tələb edən əsas hərəkətverici göstərici hesab olunur. Çünki, cəmiyyətin inkişafının əsas məqsədi istehlak komponentlərini fasiləsiz olaraq genişləndirmək, onların bolluğunu təmin etmək və hər bir

komponentin istehsalı üçün canlı və maddiləşmiş əməkdən, eləcə də təbii ehtiyatlardan maksimum istifadə etməkdir.

İqtisadiyyata xas olan əsas əlamətlərdən biri onun müxtəlif funksiyaları yerinə yetirən, külli miqdarda hissə və elementlərin birləşməsindən ibarət olan mürəkkəb dinamik sistem olmasıdır. Müəyyən bir məqsədə yönəldilən böyük iqtisadi sistemlərin alt sistemi kimi fəaliyyət göstərən logistik sistem anlayışı bir sıra fərqli xüsusiyyətlərə malik olmaqla logistikada əsas anlayışlardan biridir. İqtisadi mexanizmin səmərəli fəaliyyətini təmin edə bilən müxtəlif sistemlər mövcuddur. Ümumi mənada məqsədi yalnız sintez, analiz və təkmilləşdirmədən ibarət olan logistik sistemləri aşkarlamaq və seçmək üçün «*logistik sistem*» məfhumunu aydınlaşdırmaq lazımdır.

«**Logistik sistem**» anlayışı ümumi sistem anlayışı ilə müqayisədə xüsusiyyət təşkil etdiyi üçün ilk öncə ümumi sistem anlayışının təyinatı və bu əsasda hansı sistemin logistik sinfə aid olduğu müəyyənləşdirilməlidir.

Ensiklopedik lüğətdə «*sistem*» anlayışı (yunan sözü olub bütöv, bir-birilə əlaqəli olan hissələrdən təşkil edilmiş, integrativ keyfiyyət deməkdir) - *hissələrdən təşkil olunmuş, müəyyən bütövlük yaradan və bir-birilə qarşılıqlı əlaqə və münasibətdə olan elementlər çoxluğu kimi göstərilmişdir*. Qeyd edilən bu təyinat sistem haqqında intuitiv təsəvvürlər yaradır. Başqa sözlə, sistemi bir mənalı anlamaq və onun haqqında mülahizələr irəli sürmək üçün təkcə onu təşkil edən elementlərin sayı və onların xarakterik xüsusiyyətləri kifayət etmir. Buna görə də sistemin elementlərinin sistem daxilində yerləşməsi ardıcılığını, müxtəlif vəziyyətlərdə və anlarda bu elementlər arasında qarşılıqlı fəaliyyəti müəyyənləşdirən səbəb-nəticə asılılığını, elementlərin sabit inkişaf meyillərini və sistemin sərhədlərini də bilmək lazımdır. Odur ki, «sistem» anlayışının daha müfəssəl tərifini vermək üçün sistemin hansı xassələrə malik olmasını müəyyənləşdirmək lazımdır. Sistemin fəaliyyət göstərməsi,

inkışafı, təkmilləşdirilməsi və ekstremal hallara tab gətirməsi u n  , avtonom, bütövlük, daxili və xarici aləmlə qarşılıqlı əlaqə. integrativ keyfiyyət, mükəmməllik, struktivlik və s. kimi xassələr məcmusuna malik olmalıdır. Əgər ixtiyari tədqiqat obyektı  vv c d n müəyyənləşdirilən xassələr məcmusuna (avtonomluq, bütövlük və ya hissələrə bölünmə; əlaqə; təşkil: birləşmiş keyfiyyətə) malikdirsə, onda həmin obyektı sistem kimi qəbul etmək olar.

Məhz buna görə də logistik sistem dedikdə ayrı-ayrılıqda müstəqil olan, vahid bir məqsədə xidmət edən,  zerində logistik əməliyyatlar aparılan, material, maliyyə və informasiya axınları kimi elementlərdən təşkil olunan və bu elementlər arasında  r nmi məqsəd və effektivlik meyarı baxımından qarşılıqlı əlaqələrə malik sistem başa düşülür. Eyni zamanda nəzərə alınmalıdır ki, logistik sistemlər müxtəlif sistemlər çoxluğundan özünün tərkib elementləri (tədarükat, anbar, nəqliyyat, ehtiyatlar, informasiya, istehsal, bölüşdürmə v  satıř, kadrlar və s.), onlar arasında mövcud olan əlaqələrin xarakteri (aktiv, passiv, mövsümi, daimi), təşkili (ardıcıl, intensiv operativ, dispozitiv) v  integrativ xassələrinə görə seçilir. Logistik sistemlərin  n mühüm fərqləndirici əlamətlərinə isə:

- axın proseslərinin varlığı;
- sistemin müəyyən b t vl y ;
- müxtəlif mülkiyyət formalarının v  təşkilati-hüquqi formaların m vcudluğı;
- istehsal güclərinin müxtəlifliyi;
- istehsalın təmərküzləşməsi səviyyəsi;
- istifadə edilən texnoloji avadanlıqların və istehlak edilən material resurslarının müxtəlifliyi;
- texniki vasitələrin v  əmək resurslarının böyük ərazilərə toplanması;
- nəqliyyat vasitələrinin yüksək m billiyi və s. aid edilir.

Obyektin sistem hesab edilməsi u n onun yuxarıda müəyyənləşdirilən xassələrinə uyğun olaraq logistik sistemlər də məhz bu xassələr kondeksindən xarakterizə edilməlidir.

Sistemin fərdiliyini və onun xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqəsinin xarakterini müəyyənləşdirən mühüm meyar avtonom v  bütövlük hesab edilir.

1. Avtonomluq -  traf mühitin sistem u n formalaşdırdığı şəraitdən və ona m sb t və ya mənfi mənada göstərdiyi təsirlərdən asılı olmayaraq sistemin fəaliyyət göstərə bilmək v  kifayət qədər h rt rfli inkışaf etmək qabiliyyətidir. Sistemin təşkili zamanı avtonomluq prinsipi ařağıdakı:

- sistemin mütəmadi inkışafı u n onun malik olduğı stabilliyin qorunub saxlanması və bu imkanların genişləndirilməsi. Bu isə öz növbəsində sistemin etibarlılığını artırır;
- sistemin nisbi mənada müstəqil olmasının təmin edilməsi və onun fəaliyyətinin səmərəliliyini yüksəltmək u n şəraiti formalaşdıran operativ idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi;
-  traf mühitə münasibətdə aktivlik n mayiř etdirilməsi, eləcə də qoyulan məqsədlərə nail olunması u n sistem daxili proseslərin intensivləşdirilməsi;
-  traf mühitin təsirlərinə  v k reaksiya vermək məqsədilə nisbi mənada sadə alt sistemlərdən mürəkkəb sistemlərin sintez edilməsi və s. u n imkanlar yaradır.

Sistemin avtonomluğı onun b t vl y  ilə bilavasitə həm əlaqəlidir v  həm də onunla ř rtl şir.

2. Bütövlük v  hissələrə bölünmə. Sistemin b t vl y  dedikdə sistem qarşısında duran məqsədyönlü fəaliyyətin həyata keçirilməsi u n onu təşkil edən elementlərin qarşılıqlı əlaqəsi v  vəhdəti nəzərdə tutulur. Sistem məhz hər bir daxili hissənin-elementin bir-birilə qarşılıqlı əlaqəsinə əsaslanır. Daha dođrusu, sistemi   vaxt bütöv hesab etmək olar ki, sistemi təşkil edən hər bir element digər - qonşu elementə qarşı həssas olsun və bu və ya digər səbəbdən hissədə v 

bütünlüklə sistemdə baş verən hər hansı ixtiyari dəyişiklik bu elementə də müvafiq təsir göstərsin və ya əksinə. Deməli, sistem bir-birilə qarşılıqlı təsirdə olan elementlər məcmusundan ibarətdir. Nəzərə almaq lazımdır ki, elementlər yalnız sistem daxilində mövcuddur. Sistemdən kənarında onların hər biri sistem yaratmaq qabiliyyətinə malik obyektlər kimi fəaliyyət göstərilir. Daha doğrusu, müxtəlif keyfiyyətlərə malik sistemin elementləri birgəlik təşkil etməklə bərabər istənilən an sistemin tələbi və ya obyektin tədqiqi baxımından hissələrə bölünərək sistem daxilində «alt sistem», ondan kənarında isə «müstəqil sistem» yarada bilmək qabiliyyətinə malik olmalıdır. Əksər hallarda, o cümlədən iqtisadi fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi və ya idarə etmənin operativliyini təmin etmək məqsədilə «alt sistem» və ya «müstəqil sistemlərə» aid edilən elementlər də ümumi sistemlə müqayisədə yenidən hissələrə bölünən ola bilər. Ümumi sistemdən ayrılan hər bir alt sistem özünün giriş və çıxış elementləri vasitəsilə başqa sistemlərlə əlaqədə olub, fəaliyyət göstərir. Bu baxımdan istehsal, tədarük, nəqliyyat, anbar, ehtiyatlar, informasiya, bölüşdürmə və satış kimi elementlər bütöv şəkildə logistik sistemləri yaratdıqları üçün onlar arasında dialektik əlaqələr mövcuddur. Başqa sözlə, bazar tələbinə uyğun məhsul istehsalının həyata keçirilməsi üçün ilk növbədə bu məhsulların istehsalına lazım olan xammal və materialların, eləcə də dəstəlaşdirici mə'ulatlının nomenklaturası, tədarük bazarı, onların ayrı-ayrı məhsulqöndərənlərdən alınması üçün nəqliyyat vasitələri və nəqliyyat marşrutları, əldə edilən yüklərin harada və necə saxlanması, istehsalın fasiləsizliyinin təmin edilməsinə xidmət göstərən ayrı-ayrı ehtiyat növləri və onların səviyyəsi, istehsal edilmiş hazır məhsulun hansı məqsəd bazarı və ya hansı bazar segmenti üçün nəzərdə tutulduğu, məhsulların fiziki bölüşdürülməsi üsulları və satış formaları müəyyənləşdirilməlidir. Aydındır ki, sadalanan elementlərin hər biri logistik sistemdən kənarında sistem yarada bilmək qabiliyyətinə malik olmaqla bəra-

bər yalnız logistik sistem daxilində (makro səviyyədə) fəaliyyət göstərir və bu sistem qarşısında duran strateji məqsədlərin yerinə yetirilməsinə xidmət edirlər.

3. Əlaqələr. Sistemin elementlərini öyrənən və onlar arasında əlaqəni formalaşdıran zaman sistemin giriş və çıxışına aid edilən «məhsulları» mütləq müəyyənləşdirmək lazımdır. Sistemin girişi vasitəsilə xarici mühitdən sistemə təsir edilir, çıxışı vasitəsilə isə xarici mühitə təsir olunur. Sistemin elementlərindən xarici təsirləri xarakterizə edən kəmiyyət giriş dəyişənləri (vəziyyəti) və çıxışın vəziyyətini əks etdirən kəmiyyət isə çıxış kəmiyyəti adlanır. Məsələn, istehsal prosesini fasiləsiz davam etdirmək və istehlakçı tələbini ödəmək üçün logistik sistem giriş vasitəsilə müxtəlif məhsulqöndərənlərdən zəruri xammal, material və avadanlıqları tədarük edir, logistik servis xidmətindən istifadə etməklə onları istehsal yerlərinə çatdırır, çıxış vasitəsilə isə əmtəəlik məhsulları müxtəlif səviyyəli bölüşdürmə kanallarından istifadə etməklə satış bazarlarına yönəldir (xarici mühitə - satış bazarlarına təsir edir).

Buradan görüldüyü kimi həm sistemin elementləri, həm də sistemlə xarici mühit arasında qarşılıqlı əlaqələr mövcuddur. Qanunauyğun formada sistemin elementləri arasında onun integrativ keyfiyyətini müəyyənləşdirən zəruri əlaqələr xarakterinə görə maddi, informasiya, birbaşa, əks və s. ola bilər. Sistemin daxili elementləri arasında əlaqələr sistemdən kənar mühitdə mövcud olan əlaqələrə nisbətən o qədər möhkəm və intensiv olmalıdır ki, sistemin xarici mühitində hər an baş verə biləcək ixtiyari dəyişikliklər onun bir sistem kimi fəaliyyəti üçün heç bir məhdudiyət yaratmasın. Əks təqdirdə sistem fəaliyyət göstərə bilməz.

Digər tərəfdən əgər sistemin qarşısında duran vəzifələr vahid məqsəd funksiyası ilə ifadə olunursa, onda onun elementlərinin məqsəd funksiyası da eyni məqsədin yerinə yetirilməsindən ibarət olduğu üçün bu elementlər mütləq mənada bir-birilə vəhdət təşkil etməlidirlər. Yəni, sistemin

bir hissəsinin dəyişilmə zəruriliyi və ya şəraiti digər hissələrin də dəyişilməsi zəruriliyini meydana çıxarır və bunun üçün obyektiv şərait formalaşdırır.

Bu baxımdan logistik sistemin elementləri arasında da müəyyən həm təşkilati, həm də texnoloji və istehsal əlaqələri mövcuddur. Logistik sistemi yaradan elementlər arasında qeyd olunan bu əlaqələr bir tərəfdən «bazar-məhsul satışı, satış-bölüşdürmə, bölüşdürmə-istehsal», ikincisi tərəfdən «istehsal-ehtiyat, ehtiyat-anbar, anbar-nəqliyyat», üçüncü tərəfdən isə «nəqliyyat - tədarük, tədarük - istehsal, istehsal - tələbat, tələbat - bazar» sxemi üzrə bir-birini tamamlayan birləşmiş keyfiyyətə malikdir.

4. Təşkil. Logistik sistemin elementlərinin potensial imkanı real sistem daxilində bir-birilə qarşılıqlı əlaqə yaratmaq və təşkilati baxımdan göstərilən müəyyən təsirlər hesabına vahid məqsədə nail olmaq üçün birləşməkdən ibarətdir. Bu təsir elementlər arasında əlaqələri təkmilləşdirmək, sadələşdirməklə yanaşı onların məqsədinin strukturunu da təşkil etməlidir.

Aydındır ki, logistik sistemin elementləri arasında ikinci xassədə qeyd olunan əlaqənin mövcudluğu hər bir elementin logistik sistemdə yeri və oynadığı roldan asılı olaraq müəyyən qaydada: ardıcıl və ya paralel təşkilini nəzərdə tutur. Bunun üçün birincisi, logistik sistem elə elementlərdən təşkil olunmalıdır ki, bu elementlər ümumi formada logistik sistem qarşısında qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsini tam təmin etsin. İkincisi isə, sistem yaradıcı elementlərin logistik sistemdə yeri dəqiq müəyyənləşdirilməlidir. Məsələn, logistik sistemi istehsal, anbar, nəqliyyat və ya servis xidmətsiz təsəvvür etmək qeyri - mümkündür. Lakin logistik sistem daxilində nümunə üçün sadəliklə bu elementlərin hər hansı birinin olmamasının hansı iqtisadi nəticələr verəcəyini proqnozlaşdırmaq heç də çətin deyil. Eyni zamanda logistik sistemlər: tədarük-nəqliyyat-anbar (xammal və material)-ehtiyat - istehsal-anbar (hazır məh-

sul)-ehtiyat-satış-servis xidməti şəklində ardıcıl qaydada təşkil olunmalıdırlar. Başqa sözlə, bazar üçün məhsulun hazırlanması bu məhsulun istehsalına lazım olan üsulların nomenklaturasının, həcmnin müəyyənləşdirilməsi ilə yanaşı onların hansı tədarük bazarından əldə edilməsi mərhələsindən başlayır. Sonrakı mərhələlərdə isə tədarük bazarından seçilmiş məhsulların istehlak yerlərinə çatdırılması üçün nəqliyyat vasitələrinin seçilməsi və daşınmış yüklərin anbarlarda ehtiyat formasında saxlanması kimi logistik əməliyyatlar yerinə yetirilir. Bu prosesi sona qədər sadələşdirmək mümkündür. Burada başlıca məsələ görüldüyü kimi ondan ibarətdir ki, sistemin hər bir elementi özündən həm əvvəl, həm də sonra tələb olunan elementin yaradılmasını zəruriyyətə çevirir, onu yaradır, təşkil edir və yerinə yetirəcəyi funksiyaları müəyyənləşdirir.

5. İntegrativ keyfiyyət. Logistik sistem elə bir bütövlük keyfiyyətinə malikdir ki, onu təşkil edən elementlərin heç biri sistemdən kənarında belə bir keyfiyyətə malik deyil. «*Məbləğin effektivliyi ayrı - ayrı elementlərin effektivlik məbləğindən çoxdur*» prinsipi əsasında qurulan logistik sistemin sonuncu xassəsi zəruri məhsulları tələb olunan yerə minimum xərclərlə lazımi vaxtda çatdırmaq və dəyişən xarici mühitə tez uyğunlaşmaq vərdişlərini, qabiliyyətini xarakterizə edən ən mükəmməl keyfiyyətdir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, logistik sistemlərdə birləşən material və informasiya axınlarının ayrı-ayrılıqda hər bir elementi qeyd edilən vəzifələrin yerinə yetirilməsini təmin edə bilmirlər. Başqa sözlə, logistik sistemlərin integrativ keyfiyyəti sistemə hazır məhsul istehsalı üçün zəruri xammal, materiallar və dəstəkləyici məmulatların alınması, alınmış komponentlərin xüsusi istehsal güclərindən keçməsi və onları hazır məhsul formasında ətraf mühitə - satış bazarına çıxarılması və bu zaman nəzərdə tutulan bazar mənfəətinin əldə edilməsi imkanlarını verir.

6. Mükəmməllik. Logistik sistemin qarşıya qoyduğu məqsədə çatmaq ehtimalını xarakterizə edir. Logistik sistemin mükəmməlliyi artdıqca, yüksəldikcə qarşıda duran vəzifə və funksiyaların daha dürüst və etibarlı icra edilməsi üçün əlverişli şərait yaranır. Doğrudan da, əgər konkret logistik sistem daxilində idarəedici orqan (ali logistik menecer) öz iş qabiliyyətini tez-tez itirirsə, belə bir şəraitdə nəinki optimal idarəetmə, hətta sistemi az-çox səmərəli tənzimləmək də mümkün olmur. Buna görə də logistik sistemləri xarakterizə edən xassələr arasında mükəmməllik xassəsi mühüm əhəmiyyətə malikdir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bu xassə logistik sistemin bundan əvvəl sadalanan bütün xassələrində əks olunan xüsusiyyətləri nəzərə almaq şərti ilə sistemi təşkil edən elementlərin sayından, onların növündən və obyektlərin hansı prinsip üzrə qurulmasından daha çox asılıdır. Buna görə də bütövlükdə logistik sistemin mükəmməlliyini öyrənmək üçün əvvəlcə onu təşkil edən müxtəlif təbiətli elementlərin (anbar, istehsal, nəqliyyat, informasiya, ehtiyatlar, məhsulların fiziki bölüşdürülməsi və s.) mükəmməlliyini nəzərdən keçirmək daha məqsədəuyğundur. Lakin burada mükəmməllik sistem daxilində hər bir elementin fəaliyyətinin tək-cə imtinasız gedişi ehtimalını deyil, həm də elementin müəyyən funksiyaları icra etmək üçün hazırlıq dərəcəsi və ya sistemdəki mövqeyinin əsas meyarıdır. Başqa sözlə, element icra etdiyi funksiya ilə bütövlükdə sistemin ahəngdar fəaliyyətinin təmin olunması üçün nə qədər məsul olursa, bir o qədər mükəmməl olur.

Lakin mükəmməllik nəzəriyyəsinə istinadən qeyd etmək olar ki, mükəmməl olmayan elementlərdən yüksək mükəmməliyə malik sistem qurmaq mümkündür. Bunun üçün praktikada təklif olunan «ehtiyat üsul» - dan (sistemə paralel (alternativ) birləşdirilmiş ehtiyat elementlərin daxil edilməsi) istifadə edilir. Belə alternativ birləşmələrdə sistemin çıxış vəziyyəti yalnız bəzi (bir qism) elementlərin işi ilə müəyyən olunur və qalan elementlər «ehtiyat rolunu oy-

nayır». Məsələn, bir element işləyir, qalanı ehtiyatda durub onun imtina etməsini gözləyir. Bu aktiv element imtina edən kimi həmin anda ehtiyatda olan elementlərdən biri bu vəzifəni icra etməyə başlayır. Bu element də öz vəzifəsindən imtina edərsə, onda bunu imkan gözləyən, hazırlıqlı digər element əvəz edir. Belə də ola bilər ki, sistemin bütün və yaxud bir neçə elementi fəal olsun (məsələn, istehsal, nəqliyyat və anbar və s.), lakin dizyunktiv düyündə ayrı - ayrı elementlərin fəaliyyət nəticələrinin cəmi bir elementin (istehsalın) çıxış vəziyyəti ilə eyni olur ki, bu da yuxarıda qeyd olunan nəticəyə gətirib çıxarır.

Sistemin hər bir elementinin rəasional fəaliyyəti müvafiq material, maliyyə və əmək məsrəfi tələb edir. Buna görə də logistik xərclər hesablanan zaman əsas məsələ sistemin yüksək mükəmməliyini təmin etməkdən daha çox, mükəmməliyin optimal qiymətinin tapılmasından ibarətdir. Daha doğrusu, sistemə ehtiyat kimi qoşulan elementlərin (məsələn, istehsal prosesinin fasiləsizliyini təmin etmək üçün istehsal anbarlarında əlavə xammal, material və yarımfabrikat ehtiyatını, avadanlıqların ehtiyat gücünü, fiziki bölüşdürmə mərkəzlərində hazır məhsul ehtiyatını, konsolidasiya mərkəzlərində yüklərin nəqli üçün ehtiyat nəqliyyat vasitələrini və s.) saxlanılması da konkret xərclər hesabına başa gəldiyindən çəkilən bu xərcləri sistemin qeyri - mükəmməl işləməsindən yarana biləcək itkilərlə müqayisə etmək lazım gəlir. Sistemin mükəmməliyinin hansı həddə qədər yüksəldilməsini hesablamaqla, mükəmməliyin optimal qiymətini müəyyən etmək mümkündür.

Əlavə ehtiyat elementlərinin dəyəri gözlənilən qəza itkilərinə nisbətən nə qədər yüksək olarsa, ehtiyat elementlərin bir o qədər az hissəsi rentabelli olur. Yəni, ehtiyat elementlərinin çoxu o zaman rentabelli olur ki, həmin sistemdə mükəmməllik səviyyəsi aşağı və ehtiyat elementə sərf edilən xərclər az olsun.

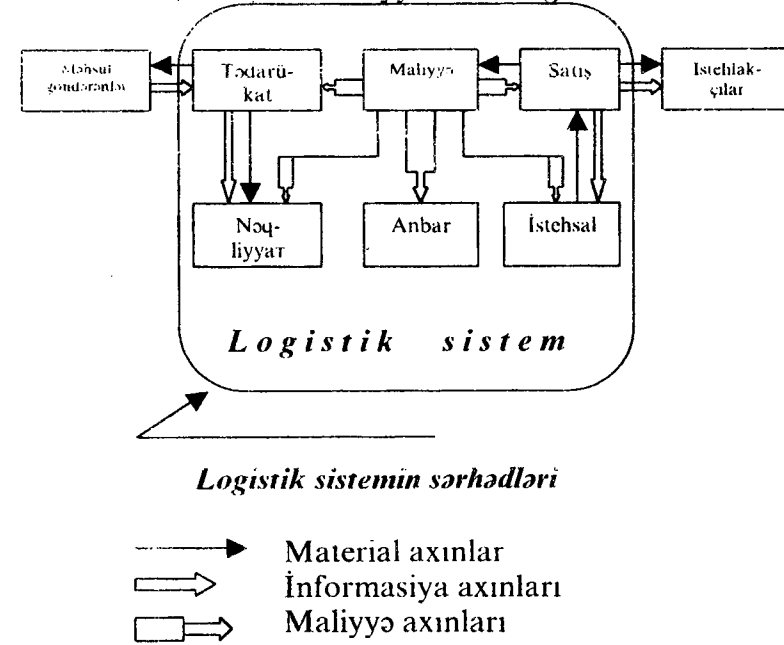
Deməli, mükəmməllik-tələb olunan dövr ərzində sistemin (və ya onu təşkil edən elementlərin) verilmiş şərtlər daxilində qarşısında duran vəzifələri dürüst və dolğun icra etmək xassəsidir. Mükəmməllik sistemin (elementin) keyfiyyət nişanələrindən biridir. Sistemin (elementin) keyfiyyəti isə öz təyinatı üzrə istifadə üçün yararlılığını müəyyən edən xassələr (sazlıq-elementin verilmiş vaxt müddətində bütün tələblərə cavab vermək üçün hazırlıqlı olmaq səviyyəsidir; nasazlıq-elementin qarşıda duran tələblərdən heç olmazsa birinə cavab verə bilməməsi vəziyyətidir; iş qabiliyyəti-qoyulmuş tələblər çərçivəsində elementin özünün vəzifə və funksiyalarının icra etməyə qabil olmaq xassəsi; imtina-elementin öz funksiyasını icra etməsindən boyun qaçırması, elementin iş qabiliyyətinin pozulması, fəaliyyətini dayandırması) məcmusudur.

7.Struktivlik. Bu xassə logistik sistemlərin qarşıya qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsi və məqsədlərə nail olunması üçün qarşılıqlı əlaqəyə malik idarəetmə obyektinə və subyektindən ibarət müəyyən qaydada təşkil olunmuş strukturun mövcudluğunu nəzərdə tutur.

Logistik sistemin məqsədi transsaksiyon xərclərinin yol verilən həddi daxilində istehsal (şəxsi) istehlakına maksimum mümkün dərəcədə hazır olan xammal, material və mə'mulətlərin tələb olunan yerə lazımı vaxtda və zəruri kəmiyyətdə çatdırmaqdan ibarətdir. Bu ali məqsədin yerinə yetirilməsi təbii ki, xammal və materialların tədarükatı kimi mühüm elementdən başlamış hazır məhsulların satış bazarlarında reallaşmasına qədər müxtəlif elementlər çoxluğundan (tedarükat-nəqliyyat - anbar, istehsal-anbar - məhsulların fiziki bölüşdürülməsi-nəqliyyat- informasiya - xidmət) ibarət olan logistik sistemin vahid bir struktur quruluşuna malik olmasını tələb edir. Əgər bu logistik sistemdə elementlərdən hər hansı ixtiyari birinin yerinə yetirdiyi funksiyaya görə tutduğu yeri digər elementlə əvəzləmiş olsaq, mövcud qaydanı pozsaq, onda bütövlük və integrativ keyfiyyətlərə

malik olan bu sistem qarşıya qoyduğu məqsədi reallaşdırma bilməz. İstehsalın məqsədindən asılı olaraq tədarük edilən xammal və materiallar nəql edilməli, nəql edilən məhsullar istər tədavül, istərsə də istehsal sferasında anbarlaşdırılmalı, anbarlaşdırılan istehsal ehtiyatları istehsal prosesinə cəlb edilməli, onun üzərində müvafiq texnoloji əməliyyatlar aparılmalı, istehsal olunan hazır məhsullar əmtəlik ehtiyatı formasında anbarlara, oradan isə nəqliyyat vasitələri ilə fiziki bölüşdürmə mərkəzlərinə yönəldilməlidir. Məhz qeyd olunan ardıcılıqla material axınlarının hərəkətinin təşkili logistik sistemin struktivliyini xarakterizə edir.

Beləliklə, logistik sistemlərin sərhədləri istehsal vasitələrinin dövrü (tsikli) ilə müəyyən edilir (şəkil 6.1).



Şəkil 6.1. Logistik sistemin strukturu və sərhədləri

8. İerarxiyalıq. İerarxiya quruluşunun fərqləndirici cəhəti sistemin ardıcıl surətdə hissələrə (alt sistemlərə) bölünməsidir ki, burada da həmin hissələr arasında qarşılıqlı təbəçilik münasibətlərinin yaradılması nəzərdə tutulur. Bu halda idarəetmə sisteminə, alt sistemlərin fəaliyyətini vahid məqsədə doğru istiqamətləndirmək üçün mərkəzi idarəetmə orqanı-logistik konsolidasiya mərkəzlərinin yaradılması lazım gəlir. Mərkəzi idarəetmə orqanı bütün alt sistemlərin fəaliyyətini vahid məqsədə yönəldərək, onların hər birinin maraqlarını nəzərə alır, əməli fəaliyyətdə onlara daha çox üstünlük verir. Hər bir alt sistem müəyyən müstəqilliyə malikdir. Lakin alt sistemlərin sərbəst fəaliyyəti onlardakı müxtəlifliyi (entropiyanı) artırır. Alt sistemlər arasında heç bir əlaqə və asılılıq olmadıqda, bütövlükdə sistemin müxtəlifliyi alt sistemlərin müxtəliflikləri hasilinə bərabər olur. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi alt sistemlər arasında əlaqə mövcuddur. Özü də bu qarşılıqlı əlaqələr sıxlaşdıqca, sistemin müxtəlifliyi (qeyri-müəyyənliyi) azalır. Sistem daxilində aşağı rəndə yerləşən bir element yuxarı rəndə yerləşən idarəetmə orqanı tərəfindən idarə olunur. Daha doğrusu, ierarxiya əlaqələri idarə edənlərlə idarə olunanlar arasında təbəçilik münasibətini ifadə edir.

Logistik sistemin malik olduğu bu xassədən bir qayda olaraq xətti və ya funksional idarəetmənin həyata keçirilməsi zamanı geniş istifadə olunur. Logistik sistem daxilində bazar tələbinə uyğun məhsul istehsalının həyata keçirilməsi üçün tədarükat bazarından alınmış zəruri xammal, material və dəstləşdirici mə'mulətlər istehsal yerlərinə çatdırılmalıdır. İstehsalın bu istiqamətdə yüklənməsi birinci - bazar tələbinin mövcud səviyyəsindən (rəndədən) xətti asılı olduğundan aydındır ki, onun hökmü əsasında fəaliyyət göstərməlidir. Hazır məhsulun istehsalı üçün zəruri komponentlərin nomenklaturasının və həcmnin müəyyənləşdirilməsi, konkret tədarükat bazarının seçilməsi, onların istehsal yerlərinə tez çatdırılması üçün müvafiq nəqliyyat vasitələrinin seçil-

məsi kimi əməliyyatlar bilavasitə logistik sistem daxilində istehsal elementinin hökmü, onun təbəçiliyi əsasında yerinə yetirilir. Başqa sözlə, növbəti logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi ardıcılığı məhz istehsaldan asılı formada müəyyənləşir.

Logistik sistemin göstərilən bu xassələrindən belə qənaətə gəlmək olar ki, bu sistem xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqədə olduğundan xarici mühitdə baş verən istənilən dəyişikliklərə çevik reaksiya vermək və bu şəraitə uyğunlaşmaq qabiliyyətinə malik olmalıdır. Burada söhbət əsasən logistik sistemin mürəkkəb bazar mühitinə məqsədyönlü uyğunlaşa bilmək qabiliyyətinin istiqamətini aşkar etməkdən ibarətdir. Belə uyğunlaşma bir qayda olaraq öz-özünü tənzimləmə (ətraf mühitdə baş verən dəyişikliklərlə əlaqədar olaraq sistemin ciddi tərtib edilmiş proqramlar üzrə özünün alt sistemlərinin müəyyən reaksiyasına cavab verməsi), öz-özünü təşkil (özünün daxili strukturunu ehtiyac olduqda dəyişdirmək imkanı) və öz - özünü təkmilləşdirmə (öz strukturunu təkcə malik olduğu elementlər məcmusu daxilində deyil, eyni zamanda xarici mühitin elementləri hesabına genişləndirməsi) kimi keyfiyyətlərlə biruzə etdirir.

Hasil edilən digər qənaət isə ondan ibarətdir ki, logistik sistem xarici mühitdən nisbi mənada təcrid olunsa da (nou-xau, kommersiya sirləri və s. bu kimi informasiyaların ötürülməsi baxımından) material - enerji axınları nöqtəyindən nəzərdən onun sərhədləri ölkə daxilində qəbul edilən normativ hüquqi sənədlərdən asılı olaraq şəffaf olmalıdır.

Məqsəd bazarları üçün hazır məhsul istehsal edən və onun reallaşdırılması ilə məşğul olan sənaye müəssisələri və onların struktur bölmələri, ərazi istehsal kompleksləri, satış və ticarət təşkilatları, müxtəlif səviyyəli vasitəçi kommersiya müəssisələri, nəqliyyat-ekspedisiya müəssisələri, birjalar, banklar və digər maliyyə orqanları, informasiya - kompyuter servisi müəssisələri logistik sistemin həlqələri hesab edilir.

Logistik sistemləri təşkil edən həlqələrin hər biri bir sığra spesifik xüsusiyyətlərə malikdir:

- mülkiyyət və təşkilati-hüquqi formalardakı müxtəliflik;
- xarakterlərində və fəaliyyət məqsədlərində mövcud olan müxtəliflik;
- istifadə olunan texnoloji avadanlıqların güclərində, konsentrasiya olunma səviyyəsində, eləcə də istehlak edilən resursların nomenklaturasındakı müxtəliflik;
- texniki vasitələrin və əmək resurslarının böyük ərazilərdə cəmləşməsi;
- nəqliyyat vasitələrinin yüksək mobilliyi;
- fəaliyyətin nəticələrinin çoxlu sayda xarici amillərdən asılı olması və s.

Nəzərə almaq lazımdır ki, logistik sistemlərin əksər elementləri: özlərinin təşkilati - funksional strukturları baxımından logistik idarəetmənin subyekt və obyektlərinin sintezidir.

Logistik sistemlərin əhatə dairəsi regional səviyyədən regionlararası səviyyəyə qədər, ayrı - ayrı firma və müəssisə səviyyəsindən milli iqtisadiyyatın səviyyəsinə qədər variasiya olunur. Bu tip sistemlərin təşkilati strukturu ayrı-ayrı sahələrin (hasilədiçi və emələdiçi sahələrin) növündən və təsərrüfat subyektləri səviyyəsində qəbul edilən idarəetmə konsepsiyasından, firma və müəssisənin məhsul istehsalının həcmindən və onların fəaliyyət miqyasından asılıdır.

Bundan başqa, praktik təcrübəyə istinadən onu da qeyd etmək lazımdır ki, logistik sistemin əksər elementlərinin təşkilati-funksional strukturu və missiyası bütövlükdə logistik sistemin qlobal məqsədilə üst-üstə düşməyə də bilər. Buna görə də logistik sistemlərin optimal - lokal meyarlar baxımından idarə edilməsi üçün idarəetmənin subyekt və obyektləri hesab olunan elementlərin sintezinə nail olmaq lazımdır. Məhz belə bir yanaşma da çox zaman logistik sistemlərdə idarəetmə prosesini çətinləşdirir. Odur ki, logistik

sistemin elementləri arasında koordinasiyaya malik olmaq və logistik sistemin bir sistem kimi inteqrativ keyfiyyətini yüksəltmək məqsədilə ali logistik menecment funksiyasını icra edən orqanın yaradılması zəruridir.

Ali logistik menecmentlər hər şeydən əvvəl logistik sistemlər üçün təşkil və idarəetmənin özünü doğrultmuş konsepsiyasından istifadəni şərtləndirən əsas amilə - xarici (bazar) və daxili (istehsal) mühitdə dəyişən vəziyyətlərə çevik reaksiya vermək və onu tez nəzərə almaq qabiliyyətinə daha çox üstünlük verirlər. Bu amilin nəzərə alınması və ona logistik sistem tərəfindən müvafiq reaksiyanın verilməsi xarici mühitdə (logistik sistemdən kənarında) baş verən dəyişikliklərə uyğun olaraq:

a) bu və ya digər məhsullara və ya xidmətlərə istehlakçı tələbinin dəyişməsi;

b) texnoloji avadanlıqların istismardan çıxarılması;

c) nəqliyyat tariflərinin dəyişməsi, yeni optimal nəqliyyat marşrutlarının tapılması və köhnə hərəkət marşrutlarının ləğvi;

ç) bazarda hazır məhsulların yüksək keyfiyyəti, aşağı qiyməti və istehlakçılara göstərilən müxtəlif və eyni zamanda yüksək servis xidmətlərinə görə seçilən məhsulgöndərənlərin meydana çıxması;

d) kreditləşmə şərtlərinin və kreditdən istifadəyə görə faizlərin dəyişməsi;

e) logistik sistemin daima hazır vəziyyətdə olmasını və orada operativ idarəçiliyin həyata keçirilməsini tələb edir.

Buna görə də logistik sistemlər üçün əhəmiyyət kəsb edən cəhət ondan ibarətdir ki, onlar əks əlaqəli istehsal sistemlərinə malik olmalıdırlar. Belə əks əlaqələrin mövcudluğu isə arzu edilən nəticələrin əldə edilməsi üçün logistik sistemlər qarşısında duran məqsəd və fəaliyyət spektrlərində məhz bu istiqamətdə müvafiq əlavə və düzəlişlərin aparılmasına imkan verir. Çox vaxt əks əlaqəli sistemləri adapta-

siya və ya uyğunlaşmış sistem adlandırırlar. Başqa sözlə, logistik sistem daxilində yerinə yetirilən əməliyyatların xarakteri xarici mühitdə baş verən dəyişikliklərə uyğun formada dəyişir. Yəni, əməliyyatların xarakteri xarici mühitdən birbaşa asılı olduğu üçün burada baş verən dəyişikliklər onun təbiətinə əsaslı təsir göstərir. Belə sistemlərin səciyyəvi xüsusiyyəti xarici mühitin mövcud vəziyyətini xarakterizə edən informasiyaların yığılması, emalı və ötürülməsi üçün şərait yaradan əlaqələrin mövcudluğundan ibarətdir.

Deməli, əks əlaqəli logistik sistemlər daxili və xarici vəziyyətin dəyişməsinə qarşı daha çox həssas olurlar.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, bu münasibətlərin həssaslıq səviyyəsi, hər şeydən əvvəl sistem daxilində fəaliyyət göstərən iki növ (müsbət və mənfi) əks əlaqə prinsipi ilə məhdudlaşır və tənzimlənir.

Müsbət əks əlaqə prinsipi mahiyyət etibarını ilə xarici və daxili dəyişikliklərin təsiri altında sistemin giriş informasiyalarını (siqnallarını) gücləndirir, mənfi əks əlaqə prinsipi isə əksinə - zəiflədir. Müsbət əks əlaqə logistik sistemin dayanıqlığını azaldır, onu xarici mühitə qarşı daha həssas və davamsız edir. Sistemin öz-özünü tənzimləməsi mənfi əks-əlaqəli sistemdən istifadəyə əsaslanmaqla sistemdə əmələ gələn neqativ halları aradan qaldırır, onu ilkin vəziyyətə, normal hala qaytarır. Buna nümunə kimi satış bazarı, onun tutumu, orada fəaliyyət göstərən analoji məhsul istehsalçıları və məhsulun keyfiyyəti, qiyməti, bölüşdürmə və satış kanalları haqqında istehsalçılara məlumatların ilkin və təkrar informasiyaların toplanması yolu ilə çatdırılmasını göstərmək olar. Bu tip məlumatlara malik olan istehsalçılar müvəqqəti - müəyyən dövr üçün məhsulun istehsal həcmi və qiymətini azaldır, eləcə də keyfiyyətin yüksəldilməsi, satışın həvəsləndirilməsi, logistik servis xidmətinin imkanlarından daha çox istifadə edilməsinə səy göstərirlər. Bütövlükdə götürdükdə isə iqtisadi baxımdan logistik sistemlər üçün mənfi əks əlaqə prinsipi, müsbət əks əlaqə prinsipindən da-

ha əlverişlidir. Müsbət əks əlaqə sistemində sistem bir növ passivləşir və ətalətli olur. Mənfi əks əlaqə sistemində logistik sistem xarici mühitin neqativ təsirləri altında fəaliyyət göstərmək üçün ona adekvat reaksiyalar verir və özünün çevik formasını saxlayır. Daha doğrusu, bu sistemlər öz dayanıqlığını mühafizə etmək üçün mənfi əks əlaqə prinsipinə əsaslanırsa, öz-özünü yenidən təşkil etdikdə, yeni şəraitə uyğunlaşdırıldıqda isə müsbət əks əlaqə prinsipinə keçir. Təşkil etmə prosesi başa çatan kimi, sistem yenə də dayanıqlı vəziyyətə gəlir və mənfi əks əlaqə prinsipindən istifadə edilir. Deməli, əks əlaqənin hər iki prinsipi bir-birindən ciddi fərqlənsələr də, logistik sistemin normal fəaliyyətinin təmin edilməsi məqsədini güdür, bir-birini əvəz edir, biri digərinin işini tamamlayır. Bu iki növ əks əlaqə prinsipi sistemin fəaliyyəti prosesində dialektik surətdə qarşılıqlı əlaqələndirir, bir-birinə fəal təsir göstərir, ciddi rəqabət aparırlar. Əks halda sistemin fəaliyyətini məqsədəuyğun tərzdə istiqamətləndirmək mümkün olmaz.

Əks əlaqənin kəmiyyətini ölçmək mümkündür. Bunun üçün əks əlaqə (rabitə) əmsallarından istifadə edilir. Əks əlaqə əmsalı-idarə edilən logistik sistemin çıxışında alınan və əksəlaqə vasitəsilə digər sistemin (və ya özünün) girişinə verilən siqnalların miqdarının girişdəki siqnalların miqdarına olan nisbətidir.

Beləliklə, logistik sistemin fəaliyyət prinsipi :

- uyğunluq (müvafiqlik)
- rasionallıq;
- dəqiq hesablama;
- sistemli yanaşma;
- əks əlaqədən ibarətdir.

6.2. LOGİSTİK SİSTEMLƏRİN TƏSNİFATI

Müasir iqtisadi şəraitdə sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi sübut edir ki, mübadilə sferasında material axınlarının optimal təşkililə əlaqədar bir sıra problemlər mövcuddur. İlk növbədə belə problemlərə aşağıdakılar aid edilir:

- istehsalın həcmi, anbarlaşdırma və nəqliyə arasında optimal nisbətlərin yaradılması;
- müxtəlif səbəblərdən istehsalda fasilələrin yaranması nəticəsində əmələ gələn itkilər hesabına firma və ya şirkətlərə dəyən iqtisadi ziyanların azaldılması;
- xüsusi istehsal, anbarlaşdırma və nəqliyə sistemləri arasında inteqrativ əlaqələrin (kooperasiyanın) məqsədə uyğun səviyyəsinin əldə edilməsi;
- istehsalla müqayisədə nisbi ahəngdarlığa malik olan idarəetmə xarakterli informasiya axınlarının təşkil edilməsi;
- logistik dövrənin istənilən mərhələsində belə informasiyaların əldə olunması üçün əlverişli şəraitin yaradılması.

Sadalanən bu problemlərin həll edilməsi üçün logistika tətbiq prinsipləri ayrı - ayrı sahələrə nisbətən iqtisadi səmərə gətirə bilən ərazilərə və iqtisadi regionlara daha çox üstünlük verir. Başqa sözlə, bir elmi sahə kimi logistika ayrıca götürülmüş istehsal sahələrində material axınlarının optimal idarə edilməsi metodlarının axtarılıb tapılmasından daha çox makrosəviyyədə logistik sistemlərin modelləşdirilməsi metodlarının işlənməsinə istiqamətlənir.

Bu nöqteyi - nəzərdən logistikanın obyektini təşkilat-iqtisadi və texnoloji fəaliyyət; təşkilat-iqtisadi və nəqliyyat-texniki əməliyyatlar; istehsal-texniki; təşkilat-texniki; kommersion-satış fəaliyyətlərini birləşdirə bilən mürəkkəb dinamik istehsal-kommersion xarakterli kompleks sistemlər hesab olunur. Belə bir obyektin xarakterik xüsusiyyəti isə:

texniki vasitələrin və çoxlu sayda əmək kollektivlərinin böyük ərazilərdə cəmləşdirilməsi, məhsulgöndərənlərin və yük qəbul edənlərin yerinə yetirdikləri çoxlu sayda mürəkkəb əməliyyatların nəticələrindən asılı olaraq nəqliyyat vasitələri parkının mobilliyinin yüksəldilməsindən ibarətdir. Qeyd edilən bu xüsusiyyətlər logistik sistem daxilində informasiya axınlarının həcminə və axın istiqamətlərinə əsaslı təsir göstərir. Ona görə də bir iqtisadi sistem daxilində ayrı-ayrı firma və ya şirkətlərin iqtisadi maraqlarının və mənafehlərinin harmoniyasına - uyğunluğuna nail olunması bütünlükdə çoxcəhətli və mürəkkəb bir prosesdir. Məhz bu baxımdan logistika material - informasiya axınları ilə bağlı olan proseslərin öyrənilməsinə kompleks sistemli yanaşmaqla bu problemin həlli yollarının axtarılıb tapılmasına köməklik göstərir.

İctimai istehsal o vaxt səmərəli fəaliyyət göstərir ki, məqsəd bazarına çıxarılan material resursları içərisində mütləq çəkiyə malik olan əmək predmetləri və əmək vasitələrinin alqı-satqı prosesi optimallaşdırılmış olsun. İctimai istehsalda material resurslarının hərəkəti sistemi, daha doğrusu material axınlarının hərəkət istiqamətləri çoxşaxəli və mürəkkəb olduğundan aydındır ki, bu sistemin xüsusiyyəti material resurslarının alqı-satqı prosesini təşkilatı aspektdən xarakterizə edən faktorlarla:

- a) sistem daxilində çoxlu sayda iştirakçıların mövcudluğu, onların iri ərazilərdə fəaliyyət göstərməsi;
- b) vasitəçilərin çoxluq təşkil etməsi;
- c) ayrı - ayrı istehlakçı tələbinin zaman baxımından meydana çıxmasının qeyri - bərabərliyi;
- ç) tələb paketində əsaslı fərqlər;
- d) alınan əmtəlik məhsulların keyfiyyətinə müxtəlif ciddi tələblər və s. -ə ilə səciyyələnilir.

Təbii ki, bu xüsusiyyətlər istehsal vasitələrinin mübadiləsi prosesinin təşkili zamanı da nəzərə alınmalıdır.

Bazar münasibətləri predmet və funksional əlamətlər üzrə ixtisaslaşma nəzərə alınmaqla vasitəçilik fəaliyyətinin hərtərəfli inkişafını tələb edir. Əksər istehsalçılar satış üzrə agentlərdən-istehsal edilmiş məhsulların reallaşdırılması üzrə eksklyüziv hüquqlara malik olan dilerlərdən istifadə edirlər. İstehsal üçün lazım olan material resurslarının və eləcə də istehsalın nəticələrinin bir qisminin alqı - satqısı isə əmtəə birjalarında əvvəlcədən razılaşdırılmış müəyyən haqlar əsasında fəaliyyət göstərən müstəqil brokerlər vasitəsilə həyata keçirilir. Praktikada vasitəçilik missiyasını yerinə yetirən digər vasitəçilər-topdan satış ticarətinin həcmi konsiqnasiya üzrə artıraraq və konsiqnasiya xidmətlərinin sayına təsir göstərən distribyuterlərdən də intensiv istifadə olunur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində məhsulların fiziki bölüşdürülməsi prosesində vasitəçilərin sayı artır, müxtəlif kateqoriyalı vasitəçilik fəaliyyətinin yeni forma və metodları meydana çıxır və onların material resurslarının dövriyyəsi prosesində iştirakı xaraktercə müxtəlif olur. Bütün bunlar isə heç də məhsul satışı siyasətinin, daha doğrusu mübadilə sferasının təşkili və idarə edilməsi prosesinin mürəkkəbliyini sadələşdirmir.

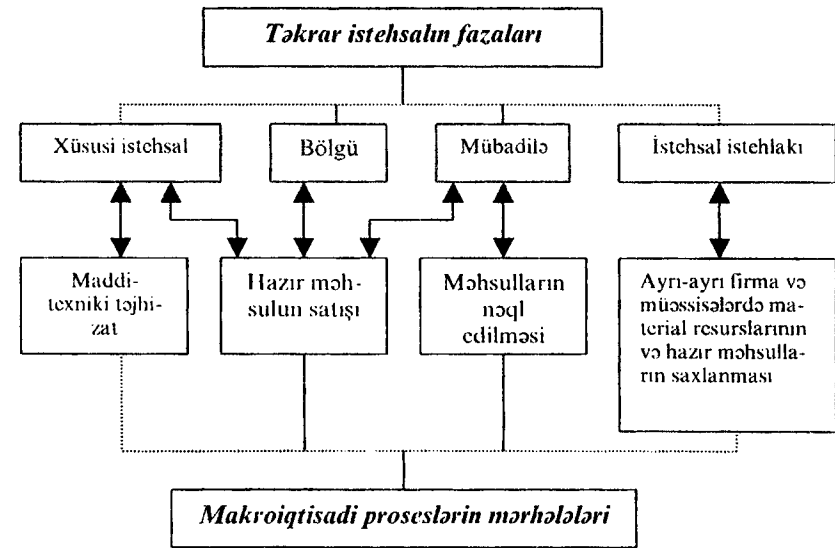
Odur ki, material resurslarının alqı-satqı prosesini həyata keçirən logistik sistemlər adı altında böyük və mürəkkəb super sistemlərə aid edilən istehsal sistemlərində bu resursların dövriyyəsi prosesi başa düşülür. Bu növ logistik sistemlər müxtəlif regionlarda yerləşdirilmiş çoxlu sayda təsərrüfat subyektlərini əhatə edirlər. Məhz qeyd edilən bu xüsusiyyət logistik sistemlərin ilk xüsusiyyəti hesab olunur.

Logistik sistemin əsas xüsusiyyəti logistik proseslərin çoxmərhələli olmasından ibarətdir. Burada logistik proseslər ayrıca götürülmüş və iqtisadi cəhətdən müstəqil olan bir müəssisə çərçivəsində deyil, onun hüdudlardan kənarında, təşkilat strukturu ilə uyğunluq təşkil edən müxtəlif ölkələr və regionlara məxsus müəssisələr arasında baş verir. Bu ba-

xımdan logistik proseslərin bu və ya digər mərhələsini ikili şəkildə xarakterizə etmək olar:

- ayrı - ayrı firma və şirkətlər arasında baş verən makrologistik prosesləri mərhələlər üzrə qiymətləndirmək;
- mikrologistik sistemi təşkil edən bir firma və ya şirkət çərçivəsində mikrologistik prosesləri mərhələlər üzrə qiymətləndirmək.

Nəzərə almaq lazımdır ki, mərhələlər üzrə həyata keçirilən makrologistik proseslər təkrar istehsal prosesinin fazalarına uyğun gəlir. Məsələn, istehsal fazasına uyğun olaraq iş yerləri və ya sahələrinin konkret növ material resursları ilə təchiz edilməsi, bölgü fazasına hazır məhsulların satışı, mübadilə fazasına isə resursların nəql edilməsi ilə əlaqədar olan logistik əməliyyatlar uyğun gəlir (şəkil 6.2). Lakin bununla yanaşı şəkildən görüldüyü kimi təkrar istehsalın hər bir fazasında bir neçə mərhələdən ibarət makrologis-



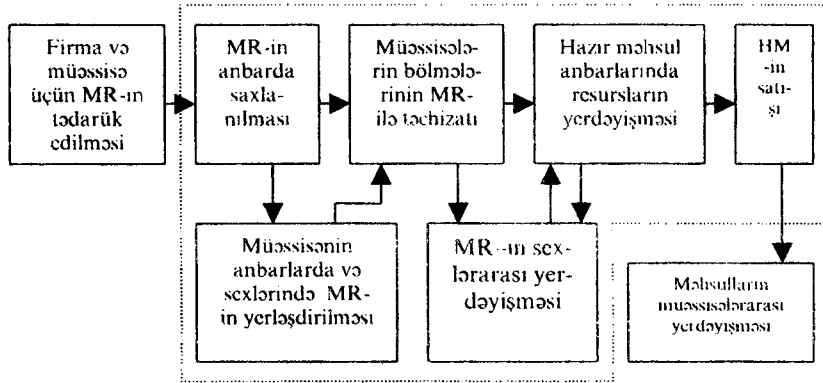
Şəkil 6.2. Təkrar istehsalın fazaları ilə makrologistik sistemlərin mərhələləri arasında əlaqə

tik proseslər də həyata keçirilə bilər. Logistuk nöqteyi-nəzərdən ən mürəkkəb təkrar istehsal prosesinin tədavül sfə-rasıdır: bu mərhələdə makrologistik proseslər (hazır məhsulların fiziki böldüzdürülməsi, satışı və nəql edilməsinin təşkili, məhsulların istehsal istehlakına hazırlanması və s.) bir neçə mərhələyə bölünür.

Digər tərəfdən isə təkrar istehsalın iki fazasında (isteh-sal istehlakı və xüsusi istehsal) iş yerlərinin maddi - texniki təminatı və resursların saxlanması kimi vahid makrologi-stik proses yerinə yetirilir. Bu mərhələ bir istehsalçı firma və ya müəssisə daxilində cərəyan edən mikrologistik proses-ləri tam formada xarakterizə edir (şəkil 6.3).

Deməli, bir firma və ya müəssisə çərçivəsində cərəyan edən mikrologistik proseslər makrologistik proseslərin tərkib hissəsidir. Makrologistik proseslər isə məcmu formada ictimai istehsalın fazalarını formalaşdırır.

Bütün bunlar o deməkdir ki, müəssisələrdə baş verən mikrologistik proseslər makrologistik proseslərin tərkib his-səsidir. Ümumi formada götürüldükdə isə onlar birlikdə mak-rologistik proseslərin həyata keçirildiyi ictimai istehsalın mərhələlərini yaradırlar.



Şəkil 6.3. Mikrologistik proseslərin mərhələləri

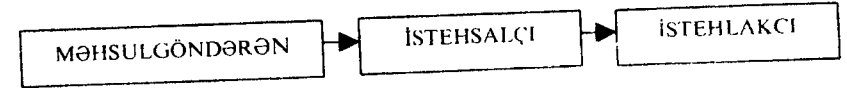
Beləliklə, logistik sistemlər iki kateqoriyaya: fəaliyyət miqyasına və logistik dövrdə istifadənin növlərinə görə təsnif edilir. Cədvəl 6.1 - də logistik sistemlərin təsnifat xarakteristikası verilmişdir.

Cədvəl 6.1

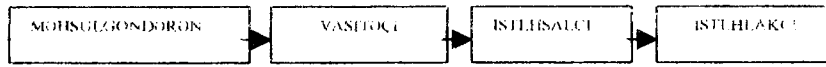
Fəaliyyət miqyasına görə	Logistik dövrlərdə istifadənin növləri		
	1	2	3
Makrologistik sistemlər			
Mikrologistik sistemlər			
* birinci səviyyə	4	5	6
* ikinci səviyyə	7	8	9

Logistik dövrdə istifadənin növlərinə görə üç mühüm logistik sistemləri fərqləndirirlər.

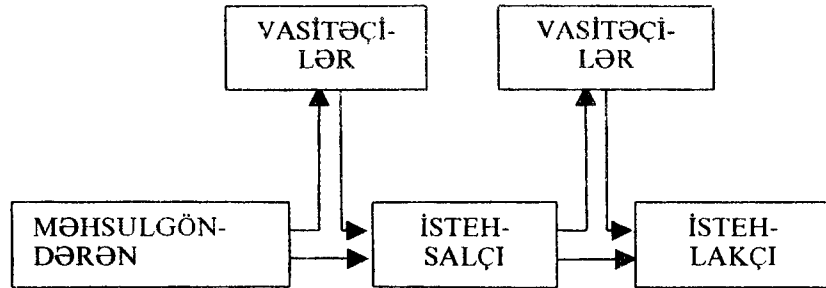
1. Birbaşa əlaqəli makrologistik sistem. Belə logistik sistemlərdə material axınları məhsul istehsalçılarından və ya məhsulgöndərənlərdən istehlakçılara heç bir aralıq vasitəçilərin iştirakı olmadan xətti qaydada hərəkət edir:



2. Eşalonlaşdırılmış makrologistik sistem. Makrologis-tikanın bu variantı bir qayda olaraq material axınlarının istehsalçı və ya məhsulgöndərənlərdən istehlakçılara hərəkə-ti yolunda özünün və ya başqasının adından və yaxud özünün və ya başqasının hesabına fəaliyyət göstərən, top-dansatış vasitəçilik missiyasını həyata keçirən firmaların çoxluğu ilə xarakterizə olunur. Başqa sözlə bazar üçün nə-zərdə tutulmuş məhsulları istehsalçılardan və ya məhsul-göndərənlərdən qəbul edən bu növ vasitəçi firmalar müxtəlif istehlakçıların ayrı- ayrı məhsullar üzrə çeşid tələbinin ödə-nilməsini öz öhdəsinə götürür və bu işi müvafiq qaydada həyata keçirir:



3. *Çevik əlaqəli makrologistik sistemlər.* İstehlakçıların anbar sahələrinin mövcud olub - olmamasından, hazır məhsulların hazırlanması tezliyindən, istehsalçı və məhsulgöndərənlər arasında uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələrinin xarakterindən asılı olaraq material axınlarının hərəkət istiqamət-



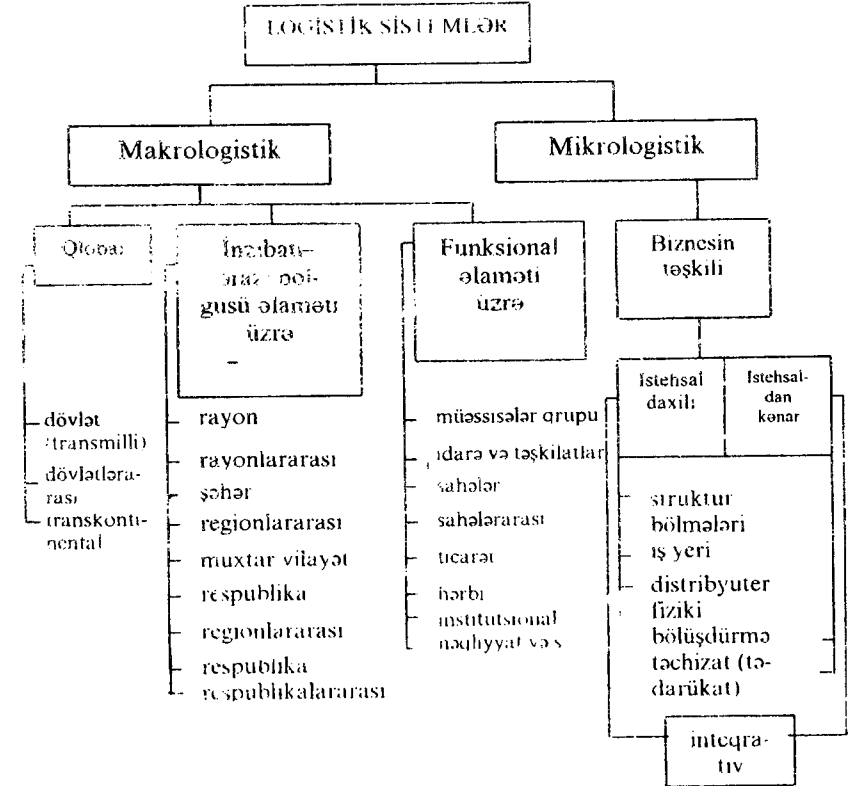
ləri həm birinci, həm də ikinci variantda qeyd edilmiş üsullarla tənzimləni:

Belə sistemlərə nümunə kimi istehsal yerlərinin ehtiyat hissələri ilə təchizatını göstərmək olar. İstehsal yerlərinin nadir tələb olunan ehtiyat hissələri ilə təchizatı bilavasitə mərkəzi anbarlar hesabına ödənilirsə, istehlakçıların tez-tez istifadə etdikləri standart hissələrlə təchizatı isə vasitəçilərin anbarları hesabına həyata keçirilir.

İqtisadi ədəbiyyatlarda material axınlarının təyinatına və xarakterinə görə bir- birindən fərqli təsnifat əlamətinə malik digər bölgü kanallarından da istifadə edilir. Vasitəçilərin sayından asılı olaraq (yalnız pərakəndə ticarət üzrə vasitəçi, pərakəndə və topdan satış üzrə vasitəçi, topdan satış ticarəti üzrə vasitəçi, kiçik partiyalarla topdan satış vasitəçiləri, və s.) belə bölgü kanallarını bir, iki, üç, eləcə də sıfır səviyyəli olurlar.

Fəaliyyət miqyasına görə isə logistik sistemlər şəkil 6.4 - də verilmiş formada təsnif edilir.

Verilən təsnifata uyğun olaraq logistik sistemlər iki böyük: makrologistik və mikrologistik qruplara bölünür. *Mikrologistik sistemlər-məhsul istehsalı, təchizat və satış proseslərində material və onunla əlaqədar digər axınların (maliyyə və informasiya) idarə edilməsi və optimallaşdırılmasını həyata keçirən biznesin təşkil formasıdır.*



Şəkil 6.4. Fəaliyyət miqyasına görə logistik sistemlərin təsnifatı

Mikrologistik sistemlər firmaların strateji məqsədləri baxımından qurulur və əsas operativ proseslərin optimallaşdırılmasını nəzərdə tutur. Bu nöqteyi-nəzərdən mikrologistik sistemlər ayrıca götürülmüş bir müəssisənin fəaliyyət sferasını əhatə etməklə logistik sistemin ayrıca funksional elementi çərçivəsində lokal məsələlərin həllini təmin edir. Buna uyğun olaraq mikrologistik sistemləri funksional təyinatına görə birinci (istehsal daxili və xarici) və ikinci (integrativ) səviyyələrə ayırırlar.

İstehsaldaxili mikrologistik sistemlər texnoloji dövr və ya mərhələlər çərçivəsində məhsul istehsalı zamanı material axınlarının idarə edilməsini optimallaşdırır. Hər bir təsərrüfat subyekti hazır məhsul istehsalı proqramına (istehsal cədvəllərinə) malikdirsə bu zaman istehsaldaxili mikrologistik sistemin əsas vəzifəsi:

- material resurslarından səmərəli istifadə etmək;
- istehsal resurslarının zəruri səviyyədə ehtiyatını yaratmaq;
- bitməmiş istehsalın həcmi azaltmaq;
- firmanın dövriyyə kapitalının dövr sürətini artırmaq;
- istehsal dövrünü qısaltmaq;
- material resursları üzrə ehtiyatların səviyyəsinə nəzarət və ehtiyatları idarə etmək;
- bitməmiş istehsal və hazır məhsulların istehsalçı firmaların anbar sisteminin tələbləri baxımından idarə etmək;
- texnoloji (sənaye) nəqliyyatın işini optimallaşdırmaqdan ibarətdir.

İstehsaldaxili logistik sistemlərin fəaliyyət mexanizmini sadələşdirən və ya optimallaşdıran zaman istehsal olunan məhsulların minimum maya dəyəri və hazır məhsulun tələb olunan keyfiyyətini təmin etməklə istehsal dövrünün qısaltılması əsas meyar kimi götürülür. Mikrologistik istehsaldaxili sistemlər müəssisələrin istehsal (struktur) bölmələ-

ri (sex, sahə və ya ayrıca iş yeri) səviyyəsinə qədər detallaşdırılır. Gələcəkdə istehsaldaxili logistik sistemlərə yalnız məhsul istehsal edən müəssisə səviyyəsində baxılacaq.

Xarici logistik sistemlər istehsal-texnoloji dövrdən kənarda material və onlara uyğun gələn axınların yaranma mənbəyindən təyinat məntəqəsinə (son - şəxsi və istehsal istehlakına) qədər optimallaşdırılması və idarə edilməsi ilə əlaqədar vəzifələri yerinə yetirir. Beləliklə, xarici logistik sistemin əsas həlledici həlqələrinə material resurslarının məhsul-göndərənlərdən istehsalçı firmalara və hazır məhsulların istehsalçı firmalardan son istehlakçılara qədər hərəkətinin təmin edilməsi üzrə bu və ya digər logistik əməliyyatları yerinə yetirən təchizat və bölüşdürücü şəbəkələrin elementləri aid edilir. Xarici logistik sistemin tipik vəzifəsi:

- malötürücü sistemlərdə material resursları və hazır məhsulların əlverişli hərəkət marşrutlarını müəyyənləşdirmək və onu təşkil etmək;
- logistik sistemin ayrı-ayrı mərhələlərində logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar olaraq çəkilən məsrəfləri azaltmaq və onları optimal minimuma yaxınlaşdırmaq;
- material resursları və hazır məhsulların istehlakçılara çatdırılması müddətini, eləcə də istehlakçıların sifarişlərinin icra müddətlərini qısaltmaq;
- material resursları və hazır məhsul ehtiyatlarını idarə etmək, yüksək keyfiyyətli servis xidmətini təşkil etməkdən ibarətdir.

Xarici logistik sistemlərin vəzifələrini şərh edən zaman nəzərə almaq lazımdır ki, istehsalçıların material resursları ilə təchiz edilməsi (tədarükət) sistemi məhsulların məhsul-göndərənlərə satılması sistemini tam və ya hissəvi şəkildə özündə birləşdirir. Daha doğrusu, hazır məhsulların tədarükət bazarında ayrı-ayrı istehlakçılara və ya malgöndərənlərə satılması ilk növbədə onların istehsal resurslarına olan tələbatını ödəməklə istehsalçıya imkan verir ki, reallaşdırılan

məhsullar hesabına növbəti məhsul istehsalı üçün lazım olan material resurslarını əldə edə bilsinlər. Burada prinsipial məsələ satılan məhsullar (material resursları) üzərində mülkiyyət hüququnun məhsulgöndərənlərdən son istehlakçılar üçün məhsulgöndərən hesab olunan istehsalçılara ötürülməsindən ibarətdir. Adətən mülkiyyətin ötürülməsi şərtləri material resurslarının alqı-satqı müqavilələrində qeyd edilir. Bu zaman ənənəvi olaraq praktikada məhsulgöndərənlərin logistik strategiyaları və vəzifələri ilə istehsalçı firmanın logistik strategiyaları və vəzifələri arasında uyğunsuzluqla bağlı müəyyən mübahisəli vəziyyətlər də yaranır. Belə vəziyyətlərin yaranmasına yol verməmək üçün istehsalçı firmalar məhsulgöndərənlərin bölgü şəbəkəsindən fərqli olan material resurslarının tədarükü üzrə xüsusi logistik strukturlar yaradırlar. Nəqləmə, anbarlaşdırma, saxlama, emal və yenidən emal üzrə müxtəlif logistik əməliyyatlar və funksiyaları yerinə yetirən logistik sistemlərdən ibarət belə strukturlar məhsulgöndərənlərin məhsul ötürən şəbəkələri ilə birlikdə tez-tez istehsalçı firmaların təchizat (tədarük) sistemi adı altında xarici logistik sistemləri təşkil edirlər. Belə logistik sistemlərdə ali menecerlərin əsas vəzifəsi logistik funksiyaları məhsulgöndərənlərin və vasitəçilərin məqsədlərilə əlaqələndirməkdən ibarətdir.

Logistikada açar və bazis funksiyalarının mövcudluğu fiziki bölüşdürmə və təchizatı (tədarükü) həyata keçirən xarici logistik sistemlərin meydana gəlməsinə şərait yaratdı. Yaxın və uzaq xarici iqtisadi ədəbiyyatlarda belə sistemlərin və onların tədarük, bölüşdürücü və satış logistikası cərcivəsində vəzifələrinin müəyyənləşdirilməsinə çoxlu cəhdlər olmuşdur. Lakin sözün tam mənasında biznes - logistik konsepsiya yalnız logistikanın inteqral paradiqmasına əsaslanan inteqrativ logistik sistemlər meydana çıxdıqdan sonra tətbiq olunmağa başlandı. Qeyd olunan paradiqma baxımından inteqrativ mikrologistik sistemlər və onların sərhədləri istehsal-bölüşdürücü həlqəyə (dövrə) görə

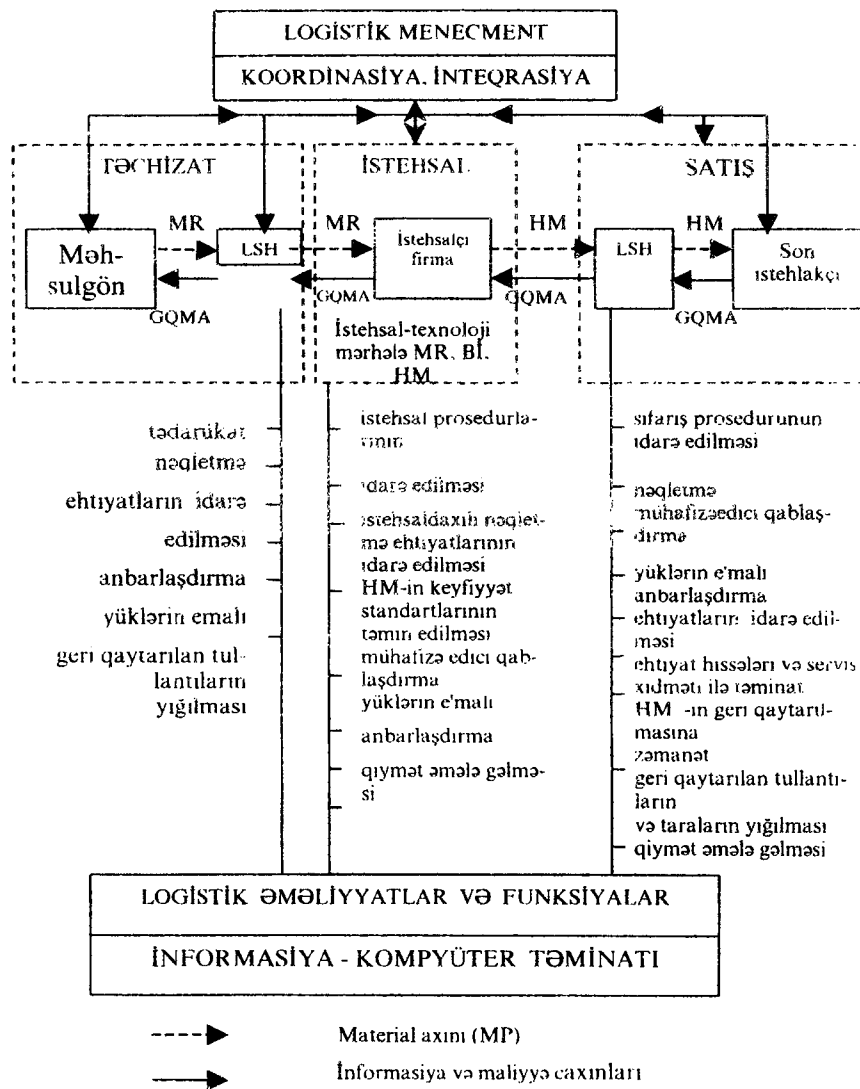
müəyyənləşdirilir. İstehsal - bölüşdürücü həlqə (dövrə) isə özündə:

- material resurslarının tədarükü və təchizatının təşkilini;
- istehsaldaxili logistik funksiyaları;
- bölüşdürmə şəbəkələrində yerinə yetirilən logistik əməliyyatları.
- istehlakçılara hazır məhsulun satışı və satışdan sonrakı servis xidmətlərinin göstərilməsi zamanı bölüşdürmə sistemlərində yerinə yetirilən logistik əməliyyatları ehtiva edir.

Ümumi halda bu proseslər uyğun maliyyə və informasiya axınları ilə birlikdə əməli - funksional logistik mühiti əmələ gətirirlər. Bu mühitdə isə çox sayda logistik sistemlərin firmadaxili bölmələri və logistik vasitəçilər inteqrativ şəkildə fəaliyyət göstərirlər.

Buna görə də inteqrativ logistik sistem daxilində fəaliyyət göstərən menecerlər firmalara və onların iqtisadi tərəfdaşlarına (vasitəçilərə) işin təşkili və idarə edilməsi baxımından çoxlu tələblər irəli sürürlər. Bunlar əsasən bazarda firmaların strateji və taktiki məqsədlərinə nail olmaq üçün material, maliyyə və informasiya axınlarının idarə edilməsi proseslərində zaman və məkan amillərinin, eləcə də logistik xərclərin ucota alınmasından ibarətdir. Oudur ki, inteqrativ logistik sistemlərin formalaşması üçün istehsal bölüşdürücü dövrənin bütün mərhələlərində ümumi logistik xərclərin minimumlaşdırılması və keyfiyyətin idarə edilməsi konsepsiyası mahiyyət baxımından həlledici əhəmiyyət daşıyır.

Praktikada çox zaman istehsaldaxili və xarici logistik sistemlərə inteqrativ logistik sistemlərin alt sistemi kimi baxırlar. Aşağıdakı şəkil 6.5 -də irəlilədirilmiş formada mikrologistik sistemlərin sxemi verilmişdir.



Şəkil 6.5. Mikrologistik sistemlərin iriəşdirilmiş sxemi: LSH - logistik sistemin həlqələri, MR –material resursları, Bİ-bitməmiş istehsal, HM - hazır məhsul, GQMA-geri qaytarılan material axınları.

Burada qeyd olunan bəzı (təchizat, istehsal, satış) logistik funksiyalar ümumi logistik sistem qarşısında duran məqsəd və optimallaşdırma meyarlarından asılı olaraq həyata keçirilir. Bunun üçün işə material (informasiya, maliyyə) axınlarının, eləcə də çoxhəlqəli, çoxhissəli logistik sistemlərin inteqrativ idarə edilməsini və əlaqələndirilməsini həyata keçirən ali logistik menecerlərdən ibarət xüsusi təşkilatı – funksional struktur yaradılmalıdır. Logistik sistemin həlqələri həm firmanın daxili bölmələri (nəqliyyat, istehsal, anbar, yüklərin emalı), həm də bu və ya digər xarakterli logistik əməliyyat və funksiyaların yerinə yetirilməsinə cəlb edilmiş müəssisə və təşkilatlardan (logistik vasitəçilərdən) ibarətdir. Yuxarıda göstərilən sxemdə təchizat, istehsal və satış prosesləri zamanı logistik sistemin həlqələri tərəfindən yerinə yetirilən logistik funksiyalar göstərilmişdir. Birbaşa material resursları və hazır məhsul axınlarından əlavə bu sxemdə bölüşdürmə və satış şəbəkələrində əmələ gələn geri qaytarılan material axınları (GQMA), taralar, geri qaytarılan (təkrar) material resursları və tullantılar göstərilmişdir.

Mikrologistik sistemlərin şəkildə verilən ümumi quruluşuna əsasən qeyd etmək olar ki, mikrologistik sistemlər bəzı logistik funksiyaları əhatə etmə dərəcəsiindən və sintezin məqsədindən asılı olaraq istehsaldaxili, xarici və inteqrativ logistik sistemlər kimi də fəaliyyət göstərə bilirlər. Bunun üçün işə mikrologistik sistemdə idarəetmə firma səviyyəsində müvafiq qərarlar qəbul edən və sistemin bütün elementlərinin fəaliyyətini əlaqələndirən xüsusi logistik şöbə və ya inteqral menecerlər tərəfindən həyata keçirilir.

Makrologistik sistemlər - təyinatı mənfəətin əldə edilməsi və ixtiyari korporativ məqsədə nail olunması olmayan ərazi və ya inzibati ərazi səviyyəsində sosial-iqtisadi, ekoloji, hərbi və digər məsələlərin həlli üçün yaradılan biznesin təşkili formasıdır.

Şəkil 6.4-də göstərilədiyi kimi makrologistik sistemlər bir neçə əlamətə görə təsnif edilir. Ölkənin inzibati - ərazi böl-

güsünə görə təsnif edilən logistik sistemlərin aşağıdakı növlərini fərqləndirirlər:

- rayon və rayonlararası;
- şəhər;
- vilayət və ya diyar;
- region və regionlararası;
- respublika və respublikalararası.

Obyekt-funksional əlamət üzrə makrologistik sistemlər bir sahə və bir neçə sahəyə məxsus müəssisələr qrupu üçün, sahə, sahələrarası, ticarət, hərbi, institusional və s. ayrılır. Qərb ölkələrinin praktikasında global makrologistik sistemlərdən geniş istifadə olunur. Bura bir qayda olaraq dövlət səviyyəsində formalaşan dövlət - transmilli sistemlər, bir neçə ölkəni əhatə edən dövlətlərarası sistemlər və bir sıra kontinental çərçivədə yaradılan transkontinental sistemlər aid edilir.

Makrologistik sistemlərin yaradılması forması və bu sistemlər qarşısında duran məqsəd və vəzifələr mikrologistik sistemlərin qurulması meyarları və məqsədindən əsaslı surətdə fərqlənir. Makrologistik sistemlərin qurulması və onların idarə edilməsi aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsinə imkan verir:

- məhsulların fiziki bölüşdürülməsinin ümumi konsepsiyasını hazırlamaq;
- nəqliyyat növlərini seçmək, nəqliyyat vasitələri arasında qarşılıqlı fəaliyyətin xarakterini müəyyənləşdirmək, nəqlətmə proseslərini texnoloji baxımdan təşkil etmək;
- material axınlarının hərəkəti üçün optimal marşrutlar müəyyənləşdirmək;
- məhsulgöndərmə məntəqələrini və xammal, material və yarımfabrikat göndərənləri seçmək;
- «dəqiq vaxtında» prinsipi üzrə məhsulgöndərmələri təmin edən xidmət zonalarının sərhədlərini müəyyənləşdirmək;

- mərkəzi və regional anbar şəbəkələrini layihələşdirmək və təşkil etmək;
- verilmiş ərazilərdə ümumi istifadə təyinatlı anbar komplekslərini, yük terminallarını və dispetçer məntəqələrini yerləşdirmək;
- sahələrarası material balanslarını formalaşdırmaq;
- müəyyən qrup istehsalçı və istehlakçılara istiqamətlənmiş təchizat və satış formalarını müəyyənləşdirmək;
- çoxçeşidli məhsul partiyaları üçün inzibati-ərazi bölüşdürmə sistemləri yaratmaq;

Sadalanan vəzifələrin yerinə yetirilməsi zamanı makrologistik sistemin ali məqsədi rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərən firmalar üçün ümumi logistik xərclərin azaldılmasına, hazır məhsul satışı həcmünün artırılmasına, çoxlu bazar segmentlərinin əldə edilməsinə və satış bazarında mövqələrin möhkəmləndirilməsinə nail olmaqdan ibarətdir. Bu zaman istehlakçı sifarişlərinə vaxtında çevik reaksiya verməklə onun dolğun ödənilməsi, istehlakçıların keyfiyyətli məhsullarla təmin olunması işinin yaxşılaşdırılması və logistik servis xidmətinin səviyyəsinin yüksəldilməsi məsələləri ön mühüm müəyyənedici şərt hesab olunur.

Lakin makrologistik sistemlərin qurulması zamanı ümumən logistik xərclərin azaldılması xüsusi meyar götürülməlidir. Eyni zamanda nəzərə alınmalıdır ki, makrologistik sistemlərin formalaşmasına ekoloji, sosial, hərbi, siyasi və digər amillər təsir göstərir. Məsələn, regionda ekoloji vəziyyətin yaxşılaşdırılması üçün bu ərazidə yük axınlarının optimal nəql edilməsinə nəzərdə tutan makrologistik sistemlər yaradılmalıdır. Bu tip sistemlərin qarşısında isə material axınlarının optimal nəqli marşrutlarının seçilməsi, ayrı-ayrı nəqliyyat növlərindən səmərəli istifadə olunması, nəqliyyat vasitələrinin bir-birini tez əvəzləməsi kimi məsələlər və onların həlli yollarının axtarılması durur. Daha doğrusu, bir regionda və ya ölkədə material axınlarının

normal hərəkətini təmin edən nəqliyyat vasitələrindən nə qədər səmərəli istifadə olunarsa aydındır ki, regionun və ölkənin ekoloji tarazlığı bir o qədər gözlənilir.

Başqa sözlə, makrologistik sistemlərin formalaşması dövlətlərarası iqtisadi əməkdaşlıq proqramlarının tərtibi vaxtı vahid iqtisadi məkanın, daxili sərhədsiz bazarların nəzərdə tutulmasını və eləcə də məhsulların, kapitalın, informasiya və əmək resurslarının nəqç edilməsini məhdudlaşdıran gömrük maneələrinin aradan qaldırılmasını tələb edir. Bunun üçün isə beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin subyektlərində mövcud fərqli hüquqi və iqtisadi xüsusiyyətlər, məhsul-göndərmə şərtlərindəki müxtəliflik, nəqliyyat məcəlləsi və digər normativ hüquqi sənədlərdəki uyğunsuzluqlarla əlaqədar çətinliklər aradan qaldırılmalıdır.

Deməli, makrologistik sistem daxilində aşağıdakı:

- sahələrarası material balanslarının formalaşması;
- istehsal yerlərinin (sahələrinin) xammal və materiallarla təchizatı, eləcə də müəyyən qrup istehlakçı və ya istehsalçı üçün nəzərdə tutulan hazır məhsul satışının mütləq rəqqi forma və metodlarının seçilməsi;
- mövcud ərazidə ümumi istifadədə olan anbar komplekslərinin yük terminallarının və dispetcher məntəqələrinin yerləşdirilməsi;
- nəqliyyatın və nəqliyyat vasitələrinin seçilməsi;
- nəqliyyat şəbəkələrində müxtəlif nəqliyyat vasitələrinin köməyiylə yerinə yetirilən işlərin əlaqələndirilməsi və nəqletmənin təşkili;
- çoxçeşidli material axınları üçün inzibati-ərazi bölüşdürmə sistemlərinin optimallaşdırılması və s. kimi məsələlər həll edilir.

İdarəetmə nəzəriyyəsi baxımından, xüsusilə avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinə analogi olaraq logistik sistemləri makro və mikro səviyyələrdə logistik idarəetmənin subyektləri və obyektlərinin sinerjiyası formasında vermək olar. Belə yanaşma zamanı real fəaliyyət göstərən əksər lo-

gistik sistemlər idarəetmə sistemlərinin kibernetik prinsipini həyata keçirir.

Yaxın və uzaq xarici ədəbiyyatlarda qlobal logistik sistemlərə tez- tez transmilli korporasiyaların və sənaye - maliyyə qruplarının logistik sistemləri aid edilir. Logistik sistemlərin yuxarıda verilən təsnifat xarakteristikasına uyğun olaraq makrologistik sistemlər qlobal və mikrologistik sistemlər arasında aralıq mövqe tutur. Logistikanın nəzəri və praktiki məsələləri ilə məşğul olan alim və mütəxəssislər onları mezologistik sistemlərə aid edirlər.

Qeyd olunanları nəzərə alaraq hökumət institutları, təşkilatları, birlikləri, transmilli korporasiyalar (TMK) və sənaye maliyyə qruplarını (SMQ), eləcə də iki və daha artıq ölkənin ərazisində başqa strukturlar tərəfindən formalaşan makrologistik sistemləri qlobal logistik sistemlər adlandırmaq olar. Biznesin təşkili məqsədilə onların qlobal logistik sistemlərə mütləq mənada aid edilməsi müvafiq struktur (material resurslarının tədarükəti, hazır məhsul istehsalı, əmtəəlik məhsulların bölgüsü və ya satışı, eləcə də logistik menecment üzrə) bölmələrinin mövcudluğunu nəzərdə tutur.

Logistik nöqtəyi-nəzərdən mühüm məqam məhz beynəlxalq bazarlarda maraqları toqquşan (və ya məhdudlaşan) qlobal və adi kompaniyalar arasındakı fərqdən ibarətdir. Qlobal kompaniyalar bütün dünya bazarlarının iqtisadi maraqlarını nəzərə almaq şərtilə yeni bazarların imkanlarından maksimum istifadə olunmasına şərait yaradan rəqabət strategiyası formalaşdırır və digər kompaniyaları da bu strateji mövqedən çıxış etməyə, ona həssas yanaşmağa məcbur edir. Qlobal xarakterə malik olmayan kompaniyalar isə yalnız və yalnız bu - mövcud strategiyanı həyata keçirməklə rəqabət sahəsində yaranan «tarazlığa» təsir göstərə bilirlər. Beynəlxalq bazarlarda qlobal kompaniyalarla müqayisədə iqtisadi üstünlüklərə malik olan kompaniyalar isə özlərinin strateji maraqlarından çıxış edərək ayrı-

ayrı xüsusi strategiyalar arasında əlaqələrin yaranmasından daha çox qlobal xarakterli vahid strategiyaların işlənilməsinə və hazırlanmasına səy göstərirlər.

Qlobal kompaniyalar üçün strategiyaların müvəffəq reallaşması seçilmiş bütün coğrafi rayonlarda əvvəlcədən müəyyənləşdirilmiş məqsədlərə nail olunmasına təminat yaradır. Bu kompaniyalar dünyanın müxtəlif nöqtələrində yerləşən xammal resurslarından istifadə edir, qlobal yanaşma və mövcud logistik texnologiyaların yeni bazarların şərtlərinə uyğunlaşması baxımından əsas ticarət bazalarının və bölüşdürmə mərkəzlərinin yerlərini müəyyənləşdirirlər.

Qlobal kompaniyalarda strateji məqsədlər texnologiya, marketing, istehsal və logistika kimi dörd mühüm komponent və onlar arasında ahəngdarlıq - narmoniya nəzərə alınaraq formalaşır. Bu zaman logistik sistem rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsi baxımından digər elementlərin fəaliyyəti üçün bir növ qlobal baza rolunu oynayır. Nümunə kimi ilkin və ehtiyat hissələrinin təchizatı və bölüşdürülməsi sisteminin qlobal miqrasiya avtomobil istehsalı prosesinə əhəmiyyətli dərəcədə təsirini göstərmək olar.

Ümumiyyətlə logistik sistemlər R.Robertsonun təklif etdiyi prinsiplər əsasında qurulmalıdır:

- məhsul istehsalı və onun maddi-texniki təminatı üzrə həyata keçirilən bütün texnoloji əməliyyatlar firmanın inkişaf strategiyası ilə bilavasitə əlaqələndirilməlidir;

- hər bir firma və ya şirkətdə təchizat, nəqliyyat, çiyatların idarə edilməsi, anbarlaşdırma, tədarükət əməliyyatlarını yerinə yetirən ixtisaslaşdırılmış logistik struktur yaradılmalı və bu zaman mövcud strukturun fəaliyyətinə bilavasitə logistik sistemin ali idarəetmə aparatının rəhbəri məsuliyyət daşmalıdır;

- firma və şirkətlər yüksək informasiya təminatına malik olmalı və bu informasiyalardan məqsəduyğun şəkildə və peşəkarlıqla istifadə olunmalıdır;

- firma və şirkətin maddi-texniki təchizat xidməti logistika sahəsində nəzəri hazırlığa və onların praktiki tətbiqi üzrə vərdislərə malik mütəxəssislərdən təşkil olunmalıdır;

- firma və şirkətlər həm özəl, həm fərdi firmadaxili bölmələri, həm də ətraf aləmlə (xüsusən iqtisadi tərəfdaşları ilə) etibarlı əlaqələr yaratmalıdır;

- firmanın istehsal bölmələrinin işi əldə edilən son nəticələrə görə (satışın həcmi, mənfəət məbləğinin artımı və s.) qiymətləndirilməlidir;

- firmanın fəaliyyətinin ali məqsədi istehlakçılara göstərilən xidmətin optimal səviyyəsinin əldə edilməsindən ibarət olmalıdır;

- firma və şirkətlər maddi-texniki təminatın etibarlılığını yüksəldən çoxlu sayda kiçik sahibkarlıq strukturları ilə əlaqələr yaratmalıdır;

- mənfəət artımını təmin edən məhsul istehsalı həcmində çoxaldılması imkanlarını mütəmadi axtarmalıdır;

Qeyd olunan logistik konsepsiyaya uyğun olaraq istənilən firmanın logistik strukturu ölçüsündən asılı olmayaraq firma daxilində və ya onun həddindən kənarında material axınlarının planlaşdırılması, idarə edilməsi və nəzarətinə cavabdehlik məsuliyyəti daşır. İstehsalın kompleks maddi-texniki təminatı ilə məşğul olan, habelə əmtəəlik məhsulun satışını təşkil edən firmanın logistik strukturları hazır məhsulun hazırlanmasına çəkilən xərclərin azaldılmasına, satış bazarının tələblərinə uyğunlaşmaq üçün firmanın çevikliyinin artırılmasına, xidmət göstərilən alıcılara müəyyən servis səviyyəsi haqqında zəmanətin verilməsinə çalışmalıdırlar. Buna görə də mikro və makrologistik sistemləri kompleks formada əlaqələndirən firmanın logistik xidmətinin başlıca vəzifəsi tələb olunan məhsulları zəruri vaxtda, lazımı yerdə sifarişçilərin sərəncamına verməkdən ibarətdir.

6.3. MEZOLOGİSTİK SİSTEMLƏR

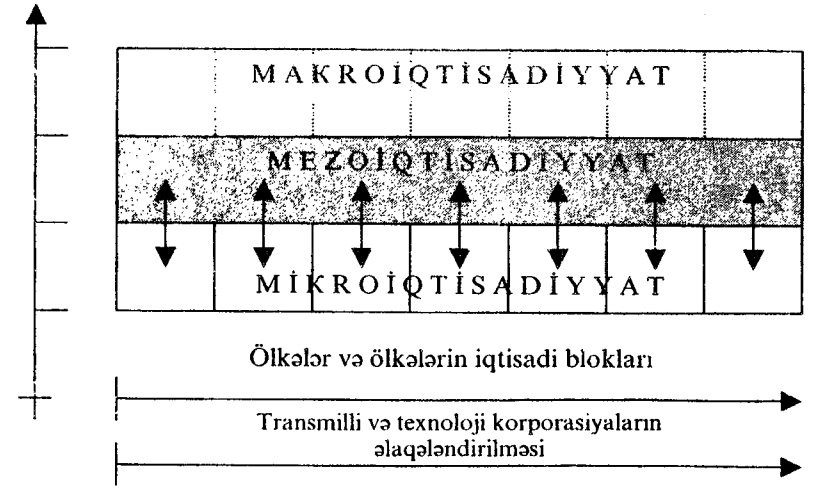
Adətən dövlətin təsərrüfat fəaliyyətini makroiqtisadiyyat adlandırırlar. Bu təyinatdan eyni zamanda vahid valyutanın tətbiqi, ticarət və gömrük ittifaqlarının yaradılması baxımından bir-birilə iqtisadi əlaqələrlə sıx bağlı olan dövlətlər qrupunun təsərrüfat fəaliyyətini xarakterizə etmək üçün də istifadə olunur. Qeyd olunan anlayış dünya təsərrüfat sistemində də «hiperiqtisadiyyat» anlayışının əvəzləyicisi kimi tez-tez istifadə olunur.

Bundan fərqli olaraq müəssisə və ya firma (şirkət) çərçivəsində təsərrüfat fəaliyyətini xarakterizə etmək üçün isə «mikroiqtisadiyyat» adlanan anlayış tətbiq olunur.

Son on ildə iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatında və dünya təsərrüfat sistemində vahid logistik sistem baxımından bir-birilə əlaqədə olan böyük müəssisələr qrupunun konqlomerat formada strukturlaşması prosesi müşahidə edilir. Belə konqlomeratlar (adətən, konqlomeratlara maliyyə və sənaye kapitalını birləşdirən iri banklar daxil edilir) praktik işçilər və elmi mütəxəssislər tərəfindən korporasiya və ya sənaye maliyyə qrupları (SMQ) adlandırılır.

Göstərilən korporasiyaların fəaliyyəti yalnız bir ölkənin milli sərhədləri ilə məhdudlaşan, onu aşmayan, milli və bir çox ölkələrin təsərrüfat sistemlərində tətbiq edilən transmilli (TMK) formada olur. Yuxarıda qeyd olunan konqlomeratların müxtəlif səviyyələrdə yaradılması prosesi isə korporativləşdirmə adlanır. Maliyyə kapitalı sahəsində də korporativləşdirmə prosesi - in beynəlxalq bank birliklərinin yaradılması müşahidə edilməkdədir.

Korporasiyaların təsərrüfat fəaliyyəti mikro və makroiqtisadiyyatdan fərqlənərək iqtisadiyyatın orta təbəqəsini - mezo-iqtisadiyyatı əmələ gətirir (şəkil 6.6).



Şəkil 6.6. Dünya təsərrüfat sistemində mezo-iqtisadiyyat

İqtisadiyyatın orta təbəqəsinin strukturlaşdırılması prosesi korporasiyalarda logistikanın tətbiq edilməsi üçün təbii amilə çevrilən, qlobal hesablama şəbəkələrinə əsaslanan dünya təsərrüfat sisteminin intensiv informasiyalaşdırılması ilə demək olar ki, eyniyyət təşkil edir, onunla üst-üstə düşür. Belə bir qlobal informasiya şəbəkələrinin yaradılması (informasiyalaşdırmanın aparılması) iqtisadiyyatın mezostrukturlaşdırılmasına bir növ təkan verdi. Daha doğrusu, təsərrüfat fəaliyyətlərinin miqyasından asılı olaraq korporasiyalara aid edilən ayrı-ayrı müəssisə və ya firmaların bütün dünya ölkələri üzrə səpələnməsinə nəzərə alsaq, qlobal informasiya şəbəkələrinin tətbiqinə əsaslanan mezo-iqtisadiyyatın informasiyalaşdırılması prosesinin obyektiv zəruriliyi haqqında tam aydın təsəvvür formalaşır. Bu zaman qlobal informasiya şəbəkələrinin məntiqi surətdə (bu məntiq baxımından idarə edilən obyektin yaxınlıqda və ya digər kontinentdə yerləşməsi o qədər də əhəmiyyət kəsb et-

mir) tətbiq edilməsi korporasiyaların logistik sistemlərinə onlara daxil edilən müəssisələrin (firmaların) coğrafi mövqeyindən asılı olmayaraq təşkil etməyə geniş imkanlar yaradır. Beləliklə, logistik nöqtəyi-nəzərdən müasir iqtisadiyyatı şəbəkə iqtisadiyyatı adlandırmaq olar.

Müasir iqtisadiyyatın əsas siması isə transmilli korporasiyalar hesab edilir. Transmilli korporasiyalar dünya iqtisadiyyatının və dünya təsərrüfat əlaqələrinin inkişafında mühüm rol oynayır. Bu tip korporasiyalar marağ dairəsinə aid edilən ölkələrdə sosial və siyasi hadisələrə əsaslı təsir göstərə bilmək qabiliyyətinə malikdir. Müasir iqtisadi şəraitdə TMK üzrə kifayət qədər elmi - tədqiqat işlərinin yerinə yetirilməsinə baxmayaraq TMK- nın ümumi nəzəriyyəsinin işlənilib hazırlanması və onların inkişaf ənənələrinin tədqiqi sahəsində boşluqlar hiss olunacaq dərəcədədir. Lakin bununla belə qərb ölkələrinin iqtisadi konsepsiyaları sisteminə transmilli korporasiyalar nəzəriyyəsi iqtisadi fikir tarixində üç nəzəri istiqamətin kəsişməsindən ibarətdir:

- firmalar nəzəriyyəsi;
- beynəlxalq ticarət nəzəriyyəsi;
- beynəlxalq maliyyə nəzəriyyəsi.

Hal-hazırkı dövrə qədər qərb iqtisadçıları arasında «**transmilli korporasiyalar**» anlayışına münasibətdə vahid fikir birliyi mövcud deyildi. Eyni zamanda transmilli korporasiyaların mütləq və nisbi ölçüləri kimi meyarlar arasında da sərhəd dəqiq müəyyənləşdirilməmişdir. Qərb tədqiqatçıları həm coğrafi yerləşmə aspektindən, həm də idarəetmənin beynəlxalq səviyyəsi və kapitalda iştirak dərəcəsi nöqtəyi - nəzərindən «**istehsalın beynəlmilləşdirilməsi**» anlayışı haqqında da vahid fikrə gələ bilmirlər.

Transmilli korporasiya anlayışını müəyyənləşdirən zaman qərb iqtisadçıları adətən dörd meyardan istifadə edirlər:

- çoxmillətliyin səviyyəsi;
- təşkilati strukturların xüsusiyyətləri;

- çoxmillətliyin mütləq və nisbi göstəricilərinə əsaslanan meyarlar;

- korporasiyaların strategiyalarının xüsusiyyətləri.

Praktikada ən çox birinci meyardan geniş istifadə olunur və bunun əsasında TMK iki və daha artıq ölkədə istehsal aktivlərinə malik olan və onlara nəzarət işini həyata keçirən firma kimi təyin edilir. P.Bakli və M.Kessonun fikrincə hal-hazırda elm hələ TMK -lar və müasir şəraitdə onların fəaliyyətini adekvat izah edən vahid nəzəriyyə təklif etmək gücünə malik deyil. Onların fikrincə bu halda tədqiqatçılar qarşısında müxtəlif traktovka (korporasiyaların bu və ya digər xüsusiyyətləri) və konsepsiyalardan (çox hallarda bu konsepsiyalar ümumi nəzəriyyə iddiasında olur) ibarət rəngarəng bir mənzərə yaranır.

1998-ci ildə B.A.Rayzberq, L.Ş.Lofovski və E.B.Starodubsevanın müəllifliyi ilə çap edilən «Müasir iqtisadi lüğət» də transmilli korporasiyalara: «**öz əsas fəaliyyətlərinin əksər hissəsini qeydiyyatda olduqları ölkənin hüdudlarından kənarında, xüsusilə müəssisə, filial, şəbəkələri olan bir neçə ölkədə həyata keçirən firma, korporasiya, kompaniyalar**» kimi kifayət qədər tutumlu tərif verilmişdir. Fikrimizcə belə bir təyinatın bir- «TMK-lar firma, korporasiya və kompaniya olmaqla öz fəaliyyətlərini müəssisə, filial və şəbəkələri olan bir neçə ölkədə həyata keçirə bilər» hissəsini doğru hesab etmək olar. Lakin təyinatın ikinci -«öz fəaliyyətlərinin əksər hissəsini qeydiyyatda olduqları ölkənin hüdudlarından kənarında yerinə yetirirlər» hissəsi isə olduqca mübahisəli məsələdir. Dünyanın 100 iri transmilli korporasiyaları haqqında UNCTAD - da çap edilən məlumatlara əsasən verilən təyinatın ikinci variantına 42. birinci hissəsinə isə 58 transmilli korporasiyalar aid edilmişdir.

Hal-hazırda əksər tədqiqatçılar o fikri əsas tuturlar ki, transmilli korporasiyalar iki və daha artıq ölkədə özlərinin təsərrüfat bölmələrinə malik olmaqla bu bölmələri bir və ya bir neçə mərkəzdən idarə edən beynəlxalq firmaları özündə

birleşdirir. Belə idarəetmə mexanizmi əsasında qəbul edilən qərarlar resursların, texnologiyaların bölüşdürülməsi və mənfəətin əldə edilməsi üçün razılaşıdırılmış siyasətin, habelə ümumi strategiyanın həyata keçirilməsinə imkan yaradır.

TMK-nın texnologiya və əmək məhsuldarlığına münasibətini xarakterizə edən Keyvz formulası daha çox diqqətə layiqdir. O, qeyd edir ki, TMK-lar təkcə sənayenin elm tutumlu sahələrinə çevrilmirlər, eyni zamanda onlar elmi-texniki tədqiqatların planetar bölgüsünü həyata keçirirlər. Belə tədqiqat işləri elmi - texniki potensialın inkişafı haqqında qərarları qəbul etmək, tədqiqat işlərində aktiv iştirak etmək və onlara nəzarəti həyata keçirmək üçün ilkin olaraq TMK-nın ştab qərargahlarına yaxın yerlərdə cəmləşdirilir. Bu sahədə əldə edilən nailiyyətlər sonradan satış bazarına yaxın yerlərdə yerli xammal resurslarından istifadə edilməsi və xüsusi aktivlərin artırılması məqsədilə törəmə müəssisələr arasında yayılır.

Birbaşa xarici investisiyaların artım tempi, texnoloji əmək bölgüsünün firma və ya sahənin hüdudlarından kənara çıxması iri beynəlxalq elmi - istehsal komplekslərinin meydana gəlməsinə səbəb oldu. TMK-lar məhsulların keyfiyyəti və texniki səviyyəsi, istehsalın səmərəliliyi, menecment formalarının təkmilləşdirilməsi, müəssisələrin idarə edilməsi istiqamətləri üzrə elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsinə əsaslı təminat formalaşdırdı.

Dünyada mövcud olan 40 mindən artıq transmilli korporasiyalardan təqribən 500 –ü qabaqcıl və iri korporasiya olmaqla bu iqtisadiyyatın nüvəsini təşkil edir, son məhsulların reallaşdığı müasir bazarların ən yüksək mənfəət «mərtəbəsini», səviyyəsini müəyyənləşdirir. Bu transmilli korporasiyalar dünya təsərrüfat sisteminin malik olduğu gəlirlərin əksər hissəsinin bölgüsünü həyata keçirir, müasir iqtisadi şəraitdə iqtisadi inkişafın artım dinamikasını təyin edirlər.

Dünya bazarları praktiki olaraq əməyin beynəlxalq bölgüsü amili hesab edilən transmilli korporasiyaların bütünlüklə nəzarəti altındadır. Aparılan təqribi hesablamalara görə transmilli korporasiyalara daxil edilən 180 min müəssisə (firma) dünyanın 150-dən artıq ölkəsində yerləşir. Demək olar ki, transmilli korporasiyalar dünya ölkələri üzrə məhsul istehsalının yarısına, xarici ticarətin 60-70 faizinə, informasiya məhsullarının (patentlər, lisenziyalar, texnologiyalar, nou-xau və s.) isə 4/5 hissəsinə nəzarət edir. Bu baxımdan iqtisadiyyatın bəzi sahələrinin inkişaf dinamikası məhz transmilli korporasiyalar tərəfindən müəyyənləşdirilir, diqqətə edilir. Lakin iqtisadiyyatın bu və ya digər sahəsi belə bir tələbə cavab verə bilmədikdə köməkçi funksiyaları yerinə yetirir və dünya təsərrüfat sisteminin malik olduğu gəlirlərin bölgüsündə iştirak etmək hüququndan məhrum olurlar.

Deməli, ölkənin hüdudlarından kənarda istehsal komplekslərinə nəzarət funksiyasını özlərində saxlayan transmilli korporasiyaların əsas əlamətləri:

- firma istehsal etdiyi məhsulları iki və daha artıq ölkədə reallaşdırır;
- onun müəssisə və filialları iki və daha artıq ölkədə yerləşir;
- onun mülkiyyətçisi müxtəlif ölkələrin rezidentləri hesab edilir.

Beləliklə, transmilli korporasiyalar mübahisəyəgəlməz bir sıra üstünlüklərə malikdir. Transmilli korporasiyalar tərəfindən yaradılan filial və müəssisələr xarici bazarlara nüfuz edilməsində, istehsal xərclərinin azaldılmasında və mənfəətin yüksəldilməsində əlahiddə rol oynayır. Bütün bunlar isə transmilli korporasiyaların maliyyə dayanıqlığını artırır və onları baş verə biləcək böhran hallarından sığortalayır.

Təbii ki, özlərinin bazar paylarının artırılması məqsədilə analogi məhsul istehsalçıları arasında gedən rəqabət

mübarizəsi kimi dünya təsərrüfat sistemində də gəlirlərin artırılması üçün transmilli korporasiyalar arasında rəqabət mübarizəsi mövcuddur. 20 - ci əsrin əvvəllərində «ticarət mübarizəsi» kimi xarakterizə olunan bu rəqabət 20-ci əsrin sonları, 21-ci əsrin əvvəllərində informasiya (geniş planda), innovasiya və geostrateji mübarizə ilə əvəzləndi. Faktiki olaraq dünyanın müxtəlif dövlətlərinin xarici siyasət və xarici ticarət formasında mövcud olan geosiyasəti bütünlüklə transmilli korporasiyalar arasında rəqabət mübarizəsini əks etdirməyə başladı.

Korporativləşdirmə prosesi cəmiyyətdə transformativ dəyişikliklərin baş verməsinin ifadəsidir. 20-ci əsrin sonlarında cəmiyyət miqyasında baş verən dəyişikliklər formasının tipinə görə xarakterizə olunur. Məsələn, bazar iqtisadiyyatı yolu ilə inkişaf edən ölkələr informasiya cəmiyyəti hesab edilməklə bütün aspektlərinə görə postsənaye ölkələrinin mülk olduğu formasıya üstələyir.

Transmilli korporasiyalardan başqa global (mezo) logistik sistemlərin formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayan sənaye maliyyə qrupları - gəlirlərin artırılması, rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi, əmtəlik məhsulların satış bazarının genişlənməsi, istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi, yeni iş yerlərinin yaradılmasına yönəldilən investisiya və digər layihə və proqramların reallaşdırılması, texnoloji və iqtisadi inteqrasiya məqsədilə sənaye maliyyə qruplarının yaradılması haqqında öz resurslarını müqavilə əsasında tam və ya hissə-hissə birləşdirən, habelə əsas və törəmə cəmiyyətlər kimi fəaliyyət göstərən bir neçə hüquqi şəxslərin birliyi aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- logistik fəaliyyət zamanı kooperasiya yolu ilə xərclərin səviyyəsinin azaldılması;
- istehsal kooperasiyası zamanı texnoloji cəhətdən əlaqəli olan müəssisələrin bərgə fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi;

- böyük istehsal ehtiyatlarının yaradılması üçün əlavə investisiyaların cəlb edilməsi;
- maliyyə-kredit təşkilatları ilə əlaqələrin möhkəmləndirilməsi;
- investisiya resurslarının konsolidasiyası;
- material - maliyyə axınlarının optimallaşdırılması;
- əmtəə kreditlərindən, veksəl, transfer qiymətlərindən istifadə edən qrup üzrə əməkdaşlar arasında tədiyyə intizamını möhkəmlətməklə dövriyyə vəsaitlərinə tələbatın azaldılması;
- istehsalın ahəngdarlığını yüksəltməklə daxili və xarici bazarlarda işgüzar imicin yaxşılaşdırılması;
- dövlət instansiyalarında özünün maraqlarını müdafiə imkanlarının əldə edilməsi.

Müasir cəmiyyət artıq informasiya münasibətləri əsrinə daxil olmuşdur. Belə cəmiyyətlərdə informasiya texnoloji yeniləşmələrin və bütün texnoloji tərəqqinin hərəkətverici qüvvəsi hesab edilir.

İnformasiya fəaliyyəti - yeni texnologiyaların yaradılması, kadrların hazırlanması, yeni və ya köhnə bazarların yeni məhsullara tələbatını ödəmək üçün istehsal texnologiyalarının yeniləşdirilməsi və s. böyük həcmdə kapital qoyuluşları (investisiya) tələb edir. Təbii ki, belə iri tədbirlərin həyata keçirilməsi, xüsusilə innovasiya fəaliyyətinin yüksək riskli olması baxımından əksər istehsalçı firma və müəssisələrin imkanları xaricindədir. Lakin bu tip risklərdən sığortalanmaq məqsədi ilə bir neçə iri müəssisənin korporasiya formasında birləşməsi informasiya fəaliyyəti üçün zəruri olan maliyyə kapitalının cəlb edilməsinə əlverişli və məqsədyönlü şərait yaradır, habelə vahid informasiya məhsulunun alınmasına, əldə edilməsinə çəkilən xərcləri azaldır. Qeyd etmək lazımdır ki, korporativləşdirməyə informasiyaların alınması və emalına çəkilən transsaksiyon xərclərinin azaldılmasını nəzərdə tutan ierarxiyanın yaradılması (öz-özünə təşkil olunması) prosesi kimi baxılmalıdır.

Öz-özünə təşkilin mühüm amillərindən biri korporasiyaların fəaliyyətinin diversifikasiyası, müxtəlifliyidir. Əksər firma və müəssisələr müəyyən texnoloji istiqamətdə fəaliyyət göstərir, məsələn avtomobil istehsalı ilə məşğuldur. Konservatorluqdan uzaq olan bu tip müəssisələr istehsala supernovator və ya novator kimi yanaşaraq yeni modellərin yaradılması üçün bu sahəyə əlavə maliyyə vəsaitləri ayırırlar. Bazarda konyuktur dəyişikliklərinin baş verməsi faktorunu nəzərə alsaq bu modellərə bazar tərəfindən verilən reaksiyanın bir o qədər də yüksək səviyyədə olmaması ilə əlaqədar olaraq maliyyə vəsaitləri özünü ödəməyə bilər. Mahiyyət etibarilə isə firma və ya müəssisənin istehsal fəaliyyəti bazar uğursuzluğu (hətta müflisləşmə) ilə nəticələnir. Müəssisələrdən fərqli olaraq korporasiyalar təkcə bir məhsulu deyil, müxtəlif nomenklaturalı məhsulları, məsələn avtomobildən başqa mebel, televizor, gəmi və s. istehsal edir. Məhz belə diversifikasiyanın aparılması hesabına avtomobil bazarındakı uğursuzluq, digər məhsullar bazarında əldə edilən gəlirlər hesabına qarşılıqlı ödənilir. Beləliklə, diversifikasiyanın həyata keçirilməsi ümumi maliyyə riskinin azaldılmasının təminatçısına çevrilir.

İqtisadiyatın mezostrukturlaşdırılması prosesi şərqdə (Yaponiya, Koreya, Sinqapur, Tayvan) və qərbdə (Avropa, ABŞ) bir sıra fərqli cəhətlərlə aparılır. Xüsusi olaraq belə strukturlaşdırmanın xarakterinə cəmiyyətin mədəni - tarixi mühiti əsaslı təsir göstərir.

Korporasiyaların logistikası (mezologistika) onun strukturuna uyğun olmalıdır. Bu struktur iki-üfqi və şaquli koordinat üzrə qurulur. Şaquli koordinat xüsusi texnoloji istiqamətləri xarakterizə etdiyindən, üfqi koordinat diversifikasiya fəaliyyətinə daha çox uyğun gəlir. Başqa sözlə, üfqi koordinat şaquli koordinatların yığılı - məcmusudur.

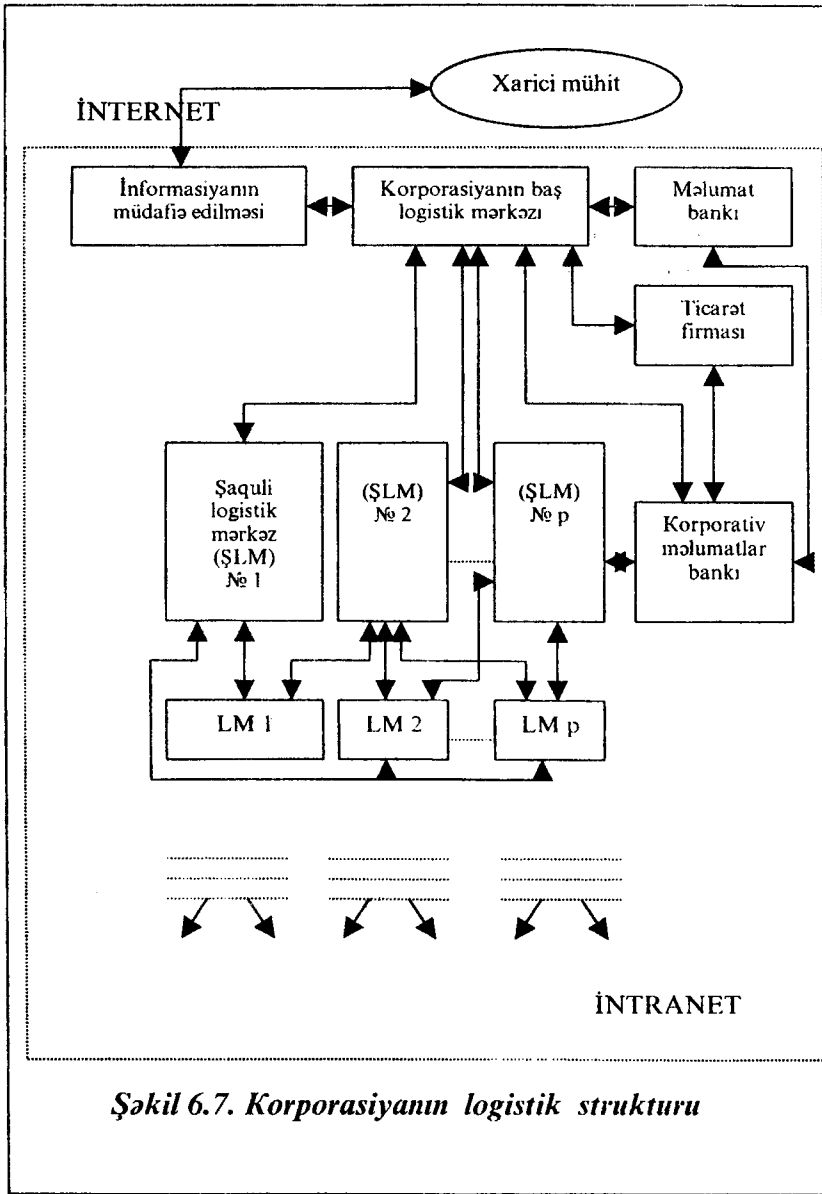
Məsələn, fərz edək ki, şaquli koordinatın bir həlqəsi, budağı avtomobil istehsalıdır və bu mərhələyə layihə-tədqiqat mərkəzlərini özündə birləşdirən baş müəssisələr tə-

rəfindən rəhbərlik edilir. Koordinatın bu mərhələsindən sonra isə avtomobilin istehsalı üçün lazım olan ayrı-ayrı hissələri istehsal edən müəssisələr - mərhələ gəlir. Buna görə də şaquli koordinat üzrə logistikanın əsas vəzifəsi ayrı-ayrı səviyyələr arasında bilavasitə (birbaşa) əlaqələr yaratmaq, yerinə yetiriləcək ümumi vəzifələri səviyyələr arasında bölüşdürməkdən ibarətdir. Bu isə öz növbəsində şaquli koordinatın hər bir mərhələsində - səviyyəsində logistik idarəetmənin həyata keçirilməsini sadələşdirməyə imkan verir.

Şaquli koordinatın digər bir budağında, həlqəsində isə məsələn, gəmi, televizor, saat, spirtli içki və s. istehsal edilir. Lakin müəssisələrin coğrafi mövqeyinin bir o qədər də əhəmiyyət daşıması faktını bir daha nəzərə almaq lazımdır.

Korporasiyanın təşkilati strukturuna prezident (ali menecer) və direktorlar şurası rəhbərlik edir. Korporasiyalar korporasiya daxilində istehsal olunan məhsulların reallaşdırılması üçün adətən xüsusi ticarət şəbəkələrinə - firmalarına malik olduğundan tədavül xərclərinin azaldılması istiqamətində əlavə imkanlar əldə edirlər. Bu zaman direktorlar şurasının nəzdində korporasiyanın bütün logistik sisteminin fəaliyyətini tənzimləyə bilən baş logistik mərkəzlər yaradılır. Bu logistik mərkəzlərin ayrı-ayrı lokal şəbəkələri hər bir şaquli budaqda - mərhələdə logistik idarəetməni həyata keçirən baş müəssisələrin nəzdində də yaradılır.

Şəkil 6.7-də şaquli budağın birinci səviyyəsinə uyğun gələn logistik mərkəzlər ŞLM 1p və bunların hər birinə müvafiq olan növbəti mərhələnin logistik mərkəzləri isə LM 1 LM p kimi göstərilmişdir.



Şəkil 6.7. Korporasiyanın logistik strukturu

Fəaliyyətin xarakteri və ya informasiyaların ötürülməsi baxımından hər bir logistik mərkəz şaquli logistik mərkəzlərə xidmət göstərir, şaquli logistik mərkəzlər isə onlara mütəmadi olaraq nəzarət edir. Daha doğrusu, burada logistik idarəetmə kontur xarakteri daşıyır. Bütün səviyyələrdə kontur bir tərəfdən idarə edilən obyektin normal fəaliyyətini, digər tərəfdən isə sistemin inkişafına istiqamətlənmiş strateji qərarların qəbul edilməsi üçün yuxarı idarəetmə orqanlarına ötürülən zəruri informasiyaların ayrılmasını (təmizlənməsi, seçilməsi) təmin edən əks əlaqə prinsipi üzrə işləyir.

Korporasiya daxilində logistik prinsiplərin tətbiqi əsasən informasiyalara əsaslanır. Buna görə də korporasiyada xili informasiya logistik xarakterə malikdir. Daha doğrusu, logistik səviyyə artdıqca informasiya axınları artır, material axınları isə azalır. Beləliklə, korporasiyanın logistik sistemi məntiqi ardıcılıqla qurulmuş idarəetmə (menecment) sistemini özündə birləşdirir və burada hər bir səviyyə konkret olaraq özünə lazım olan informasiyalar əsasında fəaliyyət göstərir.

İkili xüsusiyyətə malik olan mezoiktisadiyyatın səciyyəvi cəhətini nəzərə alsaq mezologistikanın dəqiq və kompleks fəaliyyət göstərməsi olduqca vacibdir. Mezoiktisadiyyatın birinci xüsusiyyəti korporasiyadan kənar-da-son məhsulların reallaşdırıldığı məqsəd bazarlarında mövcud olan rəqabət mübarizəsi ilə xarakterizə olunur. Mezoiktisadiyyatın ikinci xüsusiyyəti isə ondan ibarətdir ki, korporasiya daxilində iqtisadiyyat son dərəcədə planlı, təsərrüfat hesablı xarakter daşıyır və qiymətlər bazar əsasında deyil, istehsal xərclərinə əsaslandığından məhz hesablama yolu ilə (transfert qiymətlər) müəyyənləşdirilir. Korporasiya daxilində belə planlı təsərrüfata üstünlük verilməsi hər şeydən əvvəl sistemli yaşama prinsipindən - korporasiyaya aid edilən hər bir subyektin təsərrüfat fəaliyyətinin ali məqsədə tabe edilməsindən irəli gəlir. Praktiki təcrübə göstərir ki,

bazarda real nəticələrə malik olan korporasiyaların müvəffəq fəaliyyəti bilavasitə bazar və planlı təsərrüfat sistemlərinin bir-birini tamamlaması prinsipi əsasında təmin olunur.

Mezologistik sistemlər qarşısında duran funksiyalar və bu sistem daxilində yerinə yetirilən logistik əməliyyatlar qlobal hesablama şəbəkələrinin köməyi ilə həyata keçirilir. Logistik sistemə münasibətinə görə xarici informasiya axınlarına Ümumdünya Qlobal Şəbəkə - İNTERNET, daxili informasiya axınlarına isə İNTRANET xidmət göstərir. Özünün strukturu və funksiyasına görə axırncı İNTERNET - ə uyğun gəlsə də, onu adətən korporativ şəbəkə adlandırırlar. Qeyd olunan şəbəkədə informasiyalar «poçt» metodu ilə ötürülür və buna görə də bir «paket» informasiya digərinə maneçilik törətmədiyindən ünvanına vaxtında və tam formada çatır. Məhz bu xarakterik xüsusiyyət poçt şəbəkə metodunu «telefon» metodundan fərqləndirir. Çünki, konkret informasiyanın ötürülməsi zamanı rabitə xətti digər informasiya axınları üçün müvəqqəti bağlanır və bu isə informasiya axınlarının ötürülməsində növbəlilik yaradır, zəruri informasiyaların gecikdirilməsinə səbəb olur, logistik idarəetmə qərarlarının vaxtında qəbul edilməsinə imkan vermir.

Korporasiyanın informasiya mühiti xarici mühitdən müdafiə olunur. Korporasiyanın xarici mühit - elektron bazarı ilə əlaqəsi məhz internet (böyük gücə malik olan kompyüter) vasitəsilə təmin edilir. Korporasiyaya daxil olan müəssisələr arasında logistik əlaqələr isə İNTRANET - in köməyi ilə həyata keçirilir. Bu məqsədlə korporasiyanın bütün iştirakçılarını zəruri informasiyalarla təmin etmək üçün korporativ məlumatlar bankı yaradılır və korporasiyanın hər bir iştirakçısı bu məlumatlar bankından sərbəst istifadə edə bilər.

Mezologistik sistemlərin idarə edilməsi insan-maşın (maşın-kompyüter) kompleksilə həyata keçirilir.

6.4. «KANBAN» MİKROLOGİSTİK SİSTEMİ

İstehsal yerlərinin zəruri həcmdə xammal, material və dəstləşdirici mə'mulatlarla «Dəqiq vaxtında» logistik konsepsiya əsasında təminatı «Toyota Motors» korporasiyası tərəfindən hazırlanmış və praktiki olaraq tətbiq edilən KANBAN «kart» mikrologistik sistemindən geniş istifadə edilməsini nəzərdə tutur. **KANBAN sistemi mahiyyət etibarlı ilə on il bundan əvvəl məhz bu korporasiya tərəfindən hazırlanan və praktiki istehsalda tətbiq edilən «dartma» mikrologistik sisteminə əsaslanır.** Belə bir uzun müddət hər şeydən əvvəl KANBAN sisteminin özünün «Dəqiq vaxtında» konsepsiyasına uyğun gəlməyən logistik mühitdə işləyə bilməməsilə əlaqələndirilir. Lakin Amerika və Avropanın bu və ya digər dövlətləri ilkin mərhələdə KANBAN logistik sistemini bir texnoloji sxem kimi avtomatik şəkildə istehsala tətbiq edən zaman logistik mühiti xarakterizə edən aşağıdakı amilləri:

- istehsalın rəşional təşkili və balanslaşdırılması;
- bütün mərhələlərdə istehsal proseslərinin və məhsulgöndərənlərdə ilkin material resurslarının keyfiyyətinə total nəzarət;
- yalnız etibarlı məhsulgöndərənlər və məhsul daşıyanlarla əməkdaşlıq;
- bütün işçi heyətinin peşəkar cavabdehlik mə'suliliyyəti və yüksək əmək intizamı kimi elementləri nəzərə almadıqlarından müvəlləfiyyətsizliklərlə üzləşdilər.

«Toyota Motors» korporasiyası tərəfindən ilk dəfə - 1972-ci ildə Yaponiyanın Naqoya şəhərində yerləşən «Takaxama» zavodunda tətbiq edilən KANBAN mikrologistik sistemi çevik uyğunlaşa bilmək qabiliyyətinə malik və praktiki sığorta ehtiyatları tələb etməyən fasiləsiz istehsal axınlarının təşkili sistemini özündə birləşdirir. Bu sistemin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, istehlakçı sifarişlərinin yerinə yetirilməsi üçün zavodun bütün istehsal bölmələri, o cümlə-

dən son yığım prosesi də aid edilməklə zəruri vaxta və lazımı kəmiyyətdə material və istehsal resursları ilə təchiz edilir. Bu zaman istehsalçı firmaların quruluş bölmələri ənənəvi iş prinsipi baxımından ciddi istehsal qrafiklərinə malik olmalı və öz işlərini verilən sifarişlər çərçivəsində hər bir növbəti istehsal-texnoloji dövrün və ya mərhələnin tələblərinə uyğunlaşdırmalıdır. Daha doğrusu, material resursları istehsal sahələrində texnoloji rejimin tələblərinə riayət etməklə sərəhsal ehtiyatı formasında saxlanılmadan birbaşa texnoloji prosesin tələb olunan mərhələsinə yönəldilir. Başqa sözlə, ilkin material resurslarının istehsalda olması vaxtı və ya hazır məhsulun istehsal vaxtı istehlakçı tələbinə çevik reaksiya verilməsi baxımından qısaldılır və istehsal yerlərində vaxt israfçılığına yol vermədən məhsullar fiziki bölüşdürülmək üçün malyeridilişi kanallarına operativ ötürülür.

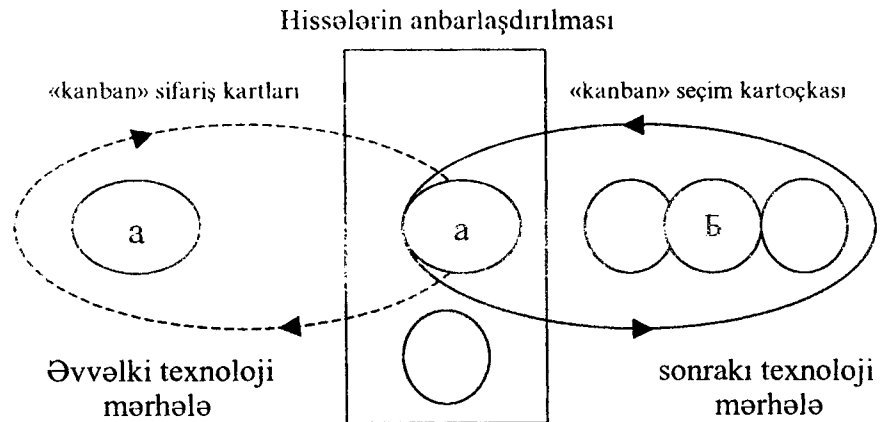
Mövcud sistemin reallaşdırılması üçün əsas şərtlər aşağıdakılardan ibarətdir:

- istehsalın balanslaşdırılması;
- istehsal avadanlıqlarının rəhsional verləşdirilməsi;
- iş yerlərində məhsulun keyfiyyətinə avtonom nəzarət;
- insan amilinin aktivləşməsi;
- istehsal sahələri və ya yerlərində icra ediləcək işlərin normalaşdırılması.

Sistemin informasiya təminatı informasiya daşıyıcısı hesab olunan plastik kartlarda yerləşən xüsusi «kanban» kartları vasitəsilə həyata keçirilir. Bu sistemin tətbiq edildiyi ölkələrdə seçilən və istehsal sifarişləri kimi iki növ kartlardan istifadə edilir. Seçilən sifarişlər kartlarında hazır məhsulların tam hazırlanması üçün istifadə olunan, texnoloji rejimin hər bir növbəti mərhələsi üçün lazım olan və özündən əvvəlki mərhələdən alınacaq hissələrin sayı dəqiq göstərilir. İstehsal kartlarında isə hər bir növbəti mərhələdə hazırlanacaq hissələrin sayı göstərilir. Bu kartlar müəssisə da-

xilində dövr etməklə bərabər bu istehsalçı korporasiya ilə əməkdaşlıq edən kompaniyalar, eləcə də müəssisənin filialları arasında informasiya mübadiləsinə təmin edir. Beləliklə, «kanban» kartları «dəqiq vaxtında» loqistik konsepsiyanın reallaşdırılmasına imkan verməklə hazır məhsulların və bu məhsulların hazırlanması zamanı məsrəf edilmiş material resurslarının həcmi (nomenklaturası) haqqında məlumatlara malik olur.

KANBAN sisteminin tətbiq sxemi Y.Mondenanın fundamental tədqiqat işlərinə əsaslanır (şəkil 6.8).



Şəkil 6.8. «Kanban» kartlarının hərəkət sxemi.
A, B, S - məhsullar, a, B - hissələr

Şəkil 6.8 - dən görüldüyü kimi, A, B, S adlı ixtiyari hazır məhsulun istehsalı üçün istifadə edilən A və B hissələri texnoloji mərhələnin (axın xətlərinin) əvvəlki mərhələsində istehsal olunur. Əvvəlki mərhələdə istehsal olunan A və B hissələri üzərinə «kanban» sifariş kartları bərkidilməklə konveyerin girişində yığılıb toplanır. Yığım xəttində çalışan və A adlı məhsulu hazırlayan fəhlə sifariş kartları ilə birlikdə seçim kartları bərkidilən taralardan müəyyən sayda his-

sələri götürmək üçün avtoyükləyici və ya texnoloji arabalarla A hissələrinin yığıldığı sahəyə gəlir. Hissələrin toplandığı sahədə və ya yerdə fəhlə seçim kartlarına uyğun olaraq tələb olunan sayda A hissələrini avtoyükləyiciyə (texnoloji arabaya) yükləyir. Bu zaman o, hissələrin yığıldığı taraların üzərindən əvvəlcədən bərkidilmiş istehsal sifarişi kartlarını çıxarır. Bundan sonra «kanban» seçim kartları ilə birlikdə alınmış hissələri yığım xəttinə çatdırır. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, istehsal sifarişi kartları götürülən hissələrin sayı göstərilməklə axın xətlərində A hissələrinin toplandığı yerdə qalır. Başlanğıcda olduğu kimi yeni A adlı hissə üçün həmin kartlarda göstərilən kəmiyyət qədər yeni sifariş paketi formalaşır. Daha doğrusu, istehsal yerlərinə buraxılan ehtiyat hissələrinin tələb olunan səviyyədə bərpası üçün istehsal sahələrinə müvafiq sifarişlər verilir.

Beləliklə, sistem daxilində istehsal-texnoloji sahələrin və işçi he'yətinin fasiləsiz fəaliyyətinə şərait yaradılır və hər birinə müəyyən sayda «kanban» sifariş kartları ayrılan hissələr üçün orta gündəlik tələbatın (orta gündəlik buraxılışın) həcmi müəyyənləşdirilməklə ehtiyatların minimum səviyyəsi təmin edilir. Hazır məhsulun hazırlanmasına sərf olunan ilkin material resursları üzrə ehtiyatların səviyyəsini bərpa etmək üçün «kanban» sifariş kartları məhsulgöndərənlərə göndərilir. Bu zaman təchizatın vaxtı və material resurslarının proqnozlaşdırılan həcmi böyük olmadığından sifariş partiyasının həcmi də bir qayda olaraq kiçik olur. Bundan başqa, məhsulgöndərmə müddətində ehtiyatların minimum səviyyəsi təmin edilir.

KANBAN mikrologistik sisteminin mühüm elementlərindən biri o informasiya sistemi hesab olunur. O, özünə təkcə kartları deyil, eyni zamanda istehsal, nəqləmə və təchizat qrafiklərini, texnoloji kartları, informasiya işıq lövhələrini, tələbatı tənzimləyən sistemləri, məhsulların keyfiyyətinə total və seçmə yolu ilə nəzarət sistemlərini də birləşdirir.

Praktiki olaraq KANBAN sistemindən istifadə və onun modifikasiya olunmuş variantının tətbiqi buraxılan məhsulun keyfiyyətini yaxşılaşdırır, logistik dövrəni qısaldır və bu əsasda firmanın dövryyə kapitalının dövr sürətini artırır. məhsulun maya dəyərini azaldır və sığorta ehtiyatlarının yaradılmasına imkan vermir. KANBAN logistik sisteminin dünya maşın bazarında öz məhsulları ilə tanınan iri maşınqayırma firmaları tərəfindən tətbiq edilməsi üzrə beynəlxalq təcrübənin təhlili bir daha təsdiq edir ki, bu sistem dövryyə vəsaitlərinin dövr sürətinin artırılması və məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması ilə bərabər istehsal ehtiyatlarının həcmi 50%, əmtəəlik ehtiyatların həcmi isə 8% azaldılmasına şərait yaradır.

6.5. LOGİSTİK SİSTEMLƏRİN FƏALİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Logistik sistemlərin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi logistika ilə istehsal xərcləri arasında qarşılıqlı əlaqəni nəzərdə tutan logistik idarəetmənin ümumi xərclər konsepsiyasına əsaslanır. Logistik sistemin elementləri hesab olunan anbar təsərrüfatı və onun təşkili, ehtiyatların yaradılması və saxlanması, nəqliyyat vasitələri parkının təşkili və ya yükdaşımalarında onlardan istifadə olunması, məhsul istehsalının planlaşdırılması, istehsal üçün zəruri material resurslarının sifariş verilməsi və onların qəbuluna çəkilən xərclər bir-birindən asılıdır. Odur ki, logistik sistemin qarşısında duran ən ali məqsəd bütün logistik xərcləri minimumlaşdırmaqdan ibarətdir. Daha doğrusu, minimum xərclərlə logistik sistemin optimal fəaliyyətini təmin etməkdir. Deməli, əsas ağırlıq mərkəzinin tədavi sferasına düşməsinə baxmayaraq material resurslarının alış (satış) bazarından istehlakçılara çatdırılmasına qədər ayrı-ayrı logistik əməliyyatlara çəkilən xərclərin hər biri sistemli təhlil edilməli və son nəticədə logistik sistemin ümumi xərclərinin azaldılması istiqamətləri

müəyyənləşdirilməlidir. Lakin onu da nəzərdən qaçıрмаq lazım deyil ki, ayrı-ayrı logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsinə çəkilən xərclərin minimumlaşdırılması material axınlarının təşkili zamanı bütün xərclərin artmasına gətirib çıxara bilər. Buna görə də istər makro, istərsə də mikroəviyyədə logistik konsepsiya bu və digər logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsini təhlil edən zaman təkcə ayrı-ayrı əməliyyatlara deyil, bütünlüklə logistik sistemin özünə çəkilən xərclərin və onların səviyyəsinin nəzərə alınmasını tələb edir. Məhz kompleks logistik təhlil logistik sistemin elementləri arasında proporsiyaları və bu proporsiyaların iqtisadi effektivliyinin müəyyənləşdirilməsinə və axınların optimal idarə edilməsi üzrə tədbirlər sisteminin hazırlanmasına imkan verir. Belə kompleks və sistemli təhlilin aparılması logistik sistemlərin fəaliyyəti üçün əlverişli iqtisadi şərait yaratmaqla onların effektivliyini yüksəldir. Yüksək iqtisadi effektivliyə malik olan bu tip sistemlərdə isə yeni logistik konsepsiyalar hazırlanır, müasir texnika və texnologiyanın geniş tətbiqi üçün yeni imkanlar yaranır.

Mövcud logistik sistemlərin yenidən qurulması, yenidən təşkili və onlarda müvafiq struktur dəyişikliklərinin aparılması çoxlu maliyyə vəsaitləri tələb edir. Əgər firma və şirkətlər özlərinin logistik konsepsiyalarını işləyib hazırlayıblarsa və ya ona malikdirlərsə, onlar logistikanın inkişaf meyllərini və bunun üçün tələb olunan maliyyə və əmək resurslarının həcmi əvvəlcədən müəyyənləşdirə bilər. Daha doğrusu, logistik konsepsiya sistemin normal fəaliyyətini təmin edəcək maksimal resurs potensialını əvvəlcədən müəyyənləşdirməyə imkan verir.

Beləliklə, qərb iqtisadçılarının fikrincə iqtisadi baxımdan əlverişli logistik konsepsiyaların təyinatı təchizat üzrə müxtəlif funksiyaların idarə edilməsini mərkəzləşdirməklə yanaşı, eyni zamanda istehlakçı müəssisələrin iqtisadi fəaliyyətlərinin nəticələrinin yaxşılaşdırılması ilə müəyyənləşdirilir (məhsullar tələb olunan yerə zəruri vaxta və lazımı key-

fiyyətdə göndərilir və nəticədə bütün iqtisadiyyatın iqtisadi effektivliyi yüksəlir). Məsələn, Amerikada sənayenin material resursları ilə təminatı və hazır məhsulların bölüşdürülməsinə çəkilən xərclər ÜMM nin 20% -ni təşkil edir. Belə bir şəraitdə əvvəlcədən hazırlanmış logistik konsepsiyalar ümumi logistik xərclərin həcmi, onların xərc istiqamətləri üzrə təyinatını, bu xərc maddələri içərisində xüsusi çəkiyə malik olan xərc maddəsini müəyyənləşdirməyə və onların optimal minimuma yaxınlaşmasını təmin edə bilən tədbirlər sisteminin hazırlanmasına şərait yaradır.

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

verişli hesab olunmur. Odur ki, logistika bir tərəfdən hazır məhsul ehtiyatını, digər tərəfdən isə bu məhsul istehsalı üçün zəruri olan material resursları üzrə ehtiyatları yaradan zaman «təchizat-istehsal-satış» sisteminin normal fəaliyyətini və bu sistem üzrə ümumi tarazlığı təmin etməlidir.

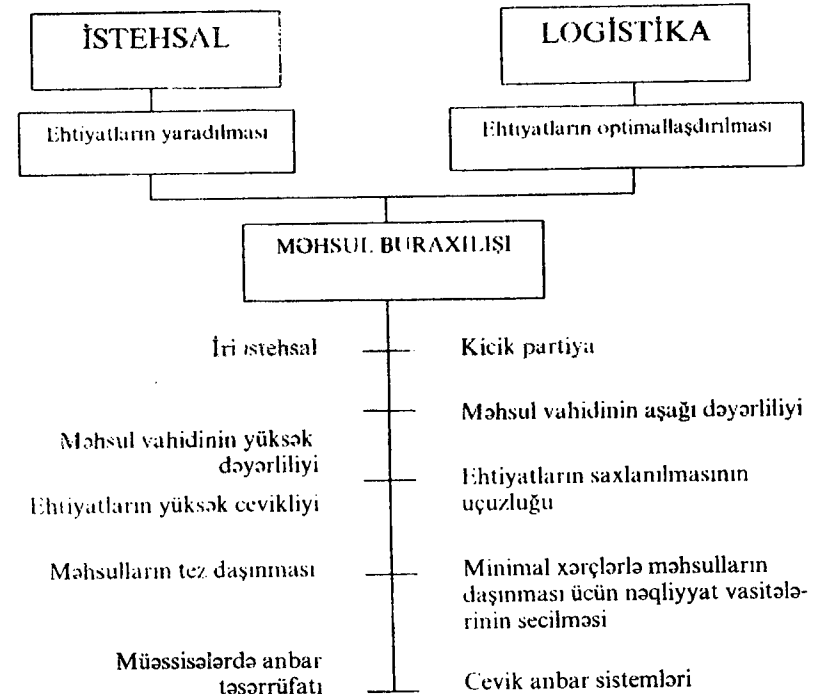
Logistik sistemin həlledici elementi hesab olunan həm ixtisaslaşmış nəqliyyat departamentləri, həm də xüsusi nəqliyyat parkına malik olan firma və ya şirkətlər nəqliyyat xərclərinin azaldılması məsələsini daim diqqət mərkəzində saxlayırlar. Lakin onlar nəqliyyat xərclərinin azaldılmasını heç də məhsuldaşımaların həcmnin azalması və nəqliyyat tariflərinin aşağı düşməsində axtarmırlar. Yüklərin nəqlinə bilavasitə məsuliyyət daşıyan firma və ya nəqliyyat departamentləri üçün belə istiqamət ziyan gətirdiyindən onlar nəqliyyat xərclərinin azaldılmasını nəqliyyat parkından məhsuldar istifadədə, optimal nəqliyyat marşrutlarının seçilməsində, yük altında olan nəqliyyat vasitələrinin yükədən tez azad olmasında və s.-də axtarırlar.

İstehsalçı müəssisələri xammal, material və dəstəşdirici məmulatlarla təmin edən tədarük bazarının subyektləri isə təchizat funksiyasını yerinə yetirən zaman bazarın tədqiqi, istehlakçıların stimullaşdırılması, əmtəlik ehtiyatların yaranması və saxlanmasına çəkilən xərclərə və onların həcmnin azaldılması məsələsinə o qədər də əhəmiyyət vermirlər. Bu subyektlər üçün başlıca meyar ayrı-ayrı istehlakçıların tələbatını ödəmək məqsədilə bazara yüksək istehlak xassələrinə malik məhsullar çıxarmaq, çoxlu bazar segmentlərinə malik olmaq, məhsulları real bazar qiymətləri əsasında reallaşdırmaq, məhsul göndərmə intizamına riayət etmək üçün onları razılaşdırılmış qrafiklər üzrə tələb olunan kəmiyyətdə və keyfiyyətdə göndərməkdən ibarətdir. Məsələlərə belə kondeksdən yanaşma ilk baxışda yüksək iqtisadi nəticələr verməyə də (bir çox hallarda çəkilən xərclər əldə edilən gəliri üstələyir) fəaliyyətin bu istiqamətdə ardıcıl davam

etdirilməsi əvvəllər itirilmiş mənfəət həcmnin «geri qaytarılmasına» zəmanət verir.

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

Logistik funksiyaların yerinə yetirilməsi zamanı yaranan münaqişələr şəkil 6.9 da verilmişdir.



Şəki 6.9. Logistik funksiyaların yerinə yetirilməsi zamanı yaranan münaqişələr

İkincisi, müasir iqtisadi şəraitdə məhsulların fiziki bölüşdürməsi və onlara nəzarət mexanizminin formalaşdırılmasında, eləcə də bazar subyektləri arasında rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsində logistik sistemlərin mühüm rola malik olması nəzərə alınmalıdır.

Üçüncüsü, elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətləri logistik sistemlərin və ya onun ayrı-ayrı elementlərinin qarşısına qoyulmuş konkret məqsədlərin yerinə yetirilməsini sür'ətləndirir. Bu hər şeydən əvvəl istehlakçı firmaların material resurslarının alınması üçün istehsalçılara və ya məhsulgöndərənlərə ünvanladığı sifarişlərin kompyüter şəbəkələri, inkişaf etmiş məlumatlar bazası və informasiyaların ötürülməsinin mütərəqqi sistemlərinin köməyiylə icra edilməsini nəzərdə tutur. Bundan başqa, modelləşdirmə, kompyüter təminatı və qərarların qəbul edilməsi metodları logistik sistemləri yaradan və idarə edənlərə imkan verir ki, onlar material, maliyyə və informasiya axınlarının idarə edilməsi sahəsində ümumi logistik yanaşmanı həyata keçirə bilsinlər.

Dördüncüsü, logistika bu sistem daxilində yerinə yetirilən əməliyyatlara çəkilən xərcləri minimumlaşdırmaqla bərabər istehlakçılara yüksək servis xidmətinin göstərilməsi və xarici bazarlarda rəqabətə tab gətirə bilən keyfiyyətli məhsul istehsalı üçün ümumi logistik strategiyani müəyyənləşdirir.

6.6. LOGİSTİK SİSTEMLƏRİN FƏALİYYƏTİNDƏ DÖVLƏTİN PROTEKSİONİST SİYASƏTİ

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

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

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

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

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

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

- informasiyaların işlənməsi və ötürülməsini həyata keçirən müasir texniki vasitələrin imkanlarına uyğunlaşan olmalıdır;

- ilkin və ya təkrar informasiyaların yığılması (sahə və kabinet) və emal olunması proseslərinin diskret xarakterə malik olmasını nəzərə almalıdır;

- tədqiqatçıların bilavasitə iştirakı ilə müəyyənləşdirilən göstəricilər üzrə müşahidə aparılmalı və iqtisadi sahələr, habelə regionlar səviyyəsində həyata keçirilməlidir.

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

Logistik sistemlərin fəaliyyətinə monitoring mexanizmindən istifadə etməklə dövlət müdaxiləsi:

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

b) dolay idarəetmə (logistik sistemin ayrı-ayrı iştirakçılarını iqtisadi cəhətdən müdafiə edir və onlar üçün normal iqtisadi mühit formalaşdırır, əmtə bazarının infrastrukturunu inkişaf etdirir, səmərəli innovasiya siyasəti həyata keçirir, informasiya axınlarının əlaqələndirir, logistik sistemlər daxilindən inteqrasiya proseslərini inkişaf etdirir və bu prosesləri hüquqi cəhətdən tənzimləyir);

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

Dövlət idarəetmə orqanları (yerli, regional və ya respublika) proqnoz qiymətləndirmə yolu ilə logistik sistemin və onun vasitəçilərinin fəaliyyətinə nəzarət edir. Nəzarət zamanı toplanan informasiyalar əsasında isə logistik siste-

min inkişafına təsir göstərəcək məsləhət və informasiya xarakterli metodiki materiallar hazırlanı.

Bu materiallar adətən aşağıdakı.

- müxtəlif logistik sistemlər və vasitəçilərin xüsusiyyətləri, onların fəaliyyətini xarakterizə edən ilkin və yekun göstəricilər haqqında informasiyalar;

- logistik sistemin iştirakçılarının mütərəqqi təcrübəsi haqqında informasiyalar.

- logistik sistem daxilində vasitəçilik fəaliyyətinin metod və formaları, onun səmərəliliyinin yüksəldilməsi üzrə məsləhətlər;

- ümumən logistik sistemin və vasitəçilərin fəaliyyətlərini yaxşılaşdırmaq məqsədi daşıyan müxtəlif səpkili təlimatlar və metodiki tövsiyələrdən ibarətdir.

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

Dolay idarəetmə metodları isə əmtə bazarının infrastrukturunun inkişafını, informasiya axınlarının əlaqələndirilməsini, innovasiya siyasətinin hazırlanmasını və onun səmərəliliyinə nail olunmasını, habelə logistik sistemlərdə inteqrasiya proseslərinin gücləndirilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman yeni logistik sistemlərə xidmətin yaxşılaşdırılması üçün indikativ idarəetmə metodlarından da istifadə olunur. İstər məsləhət, istərsə də birbaşa və dolay idarəetmə metodlarından istifadə zamanı dövlətin əsas məqsədi logistik sistemin bütün iştirakçılarının normal fəaliyyət göstərmələri üçün normativ-hüquqi baza yaratmaq və bu əsasda əlverişli iqtisadi mühit formalaşdırmaqdan ibarətdir. Daha doğrusu, əlverişli iqtisadi şəraitin yaradılması və onun inkişaf etdi-

rilməsi dövlətin tənzimləmə vasitələri hesabına həyata keçirilir.

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

- gəlirlərini ilk növbədə özlərinin maddi-texniki bazasının inkişafına yönəldən;
- yeni xidmət növlərinə malik olan və onu həyata keçirən;
- sosial sferanın maddi-texniki təminatı ilə tələb olunan səviyyədə məşğul olan.
- dövlət ehtiyacları və fəvqəladə hallar üçün məhsul-göndərmələri yerinə yetirən logistik sistemin iştirakçlarına şamil olunur.

Dövlətin iqtisadi həvəsləndirmə vasitələrinə isə:

a) müəssisələrin optimal inkişafı və onların fəaliyyət spektrinin genişlənməsi üçün investisiya kimi istifadə olunan gəlirlərdən tutulan vergi dərəcələrinin səviyyəsini azaltmaq;

b) yeni növ logistik xidmətlərin göstərilməsi üçün müəssisələrə kreditlərin ayrılmasına köməklik göstərmək;

c) sosial sferaya mənsub olan təşkilatlara xidmət göstərən və dövlət ehtiyacları üçün məhsul-göndərmələri həyata keçirən müəssisələrə güzəştli kreditlərin verilməsini təmin etmək.

ç) məhsulların tedarikatı, daşınması və fəvqəladə hallar üçün onların sığorta ehtiyatının yaradılması kimi əməliyyatları yerinə yetirən zaman güzəştli kreditlər ayırmaq;

d) dövlət ehtiyacları üçün anbarlara gətirilən məhsulların daşınmasıyla əlaqədar nəqliyyat xərclərini hissə - hissə ödəmək;

e) material axınlarının rəşional təşkilində aktiv iştirak edən müəssisələrin tədiyyə borclarını silmək;

ə) nəqliyyat terminallarının və regional tə'yinatlı anbar obyektlərinin inkişafı üçün nəzərdə tutulan yerli büdcə xərclərinə qənaət edən logistik sistemin iştirakçılarının tədiyyə borclarının əvvəlcədən rəziləşdirilmiş şərtlər daxilində silinməsini həyata keçirmək.

Qeyd edildiyi kimi, dövlətin məsləhət və dolayısı idarəetmə metodlarıyla yanaşı birbaşa idarəetmə - təbii inhisarın tənzimlənməsi metodundan da geniş istifadə olunur. Azərbaycanı bu idarəetmə metodu nəqliyyat terminalları tərəfindən dəmir yolu daşımaları və coğrafi baxımdan çətin hesab olunan rayonlara məhsuldaşımalarla əlaqədar xidmətin göstərilməsi zamanı tətbiq edilir. Təbii inhisarın dövlət tənzimlənməsi hər şeydən əvvəl göstərilən xidmətlərin qiymətlərini (tarifləri), bu qiymətlərin yol verilən maksimum həddinin müəyyənləşdirilməsindən və eləcə də təbii inhisar obyektlərinin fəaliyyətinə nəzarətin həyata keçirilməsindən ibarətdir.

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

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

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

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

b) əmtəə bazarının infrastrukturunun formalaşması;

c) iqtisadi idarəetmə metodlarından istifadənin intensivliyinin artırılması;

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

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

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

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

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

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

- optimal məhsuldaşmaları həyata keçirən nəqliyyat strukturlarını həvəsləndirmək üçün differensiallaşdırılmış nəqliyyat tarifləri hazırlamaq;

- nəqliyyat, anbar təsərrüfatı və malötürücü şəbəkələrin inkişafı sahəsində investisiya siyasətinin aparılması üçün təkliflər paketi işləyib hazırlamaq;

- ölkə daxili və beynəlxalq yükdaşımalarının optimal nəqliyyat marşrutları üzrə həyata keçirilməsi üçün tövsiyələr hazırlamaq;

- material axınlarının təşkili üzrə əmtəə bazarı subyektlərinin fəaliyyətini əlaqələndirmək;

- logistik strukturlarda anbar əməliyyatlarını yerinə yetirən təşkilatların, nəqliyyat terminallarının və istehsal anbarlarının fəaliyyətinin əlaqələndirilməsini təmin edən tədbirlər sistemi işləyib hazırlamaq;

- material axınlarının təşkili və əlaqələndirilməsi üzrə logistik strukturların inkişafı üçün təkliflər və metodiki tövsiyələr hazırlamaq;

- istehsal sahələrinə yeni formada logistik xidmətin göstərilməsi və ixtisaslaşmış vasitəçi təşkilatların inkişafı üçün metodiki tövsiyələr hazırlamaq;

- yuxarıda qeyd olunan hər bir funksiyanı analitik qiymətləndirmək, onların sistemli təhlilini aparmaq və hesabatlar tərtib etmək.

Material axınlarının dövlətin iqtisadi tənzimləmə prinsipləri baxımından təşkili proqram əsasında həyata keçirilməlidir. Respublika səviyyəsində tərtib olunan bu proqram-

larda material axınlarının idarə edilməsinin məqsədi, onların aparılmasında dövlət təminatı üzrə iqtisadi, hüquqi və təşkilati sistemlər, eləcə də bu proqramların yerinə yetirilməsinə nəzarət metodları nəzərdə tutulmalıdır.

Qeyd olunan məqsəd proqramlarının hazırlanması müxtəlif (proqnozlaşdırma, birbaşa və dolaylı idarəetmə) metodların köməyiylə dövlətin material axınlarının hərəkəti prosesinə və əmtəə bazarı infrastrukturunun fəaliyyətinə müdaxilə dərəcəsinin müəyyənləşdirilməsinə imkan verir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı. «Qanun» nəşriyyatı, 1999, 59 səh.
2. Azərbaycan Respublikasının «Xarici investisiyaların qorunması haqqında» qanunu, 15 yanvar, 1992
3. Azərbaycan Respublikasının qanunvericilik toplusu. 1995-2003-cü illər
4. Azərbaycan Respublikasının «Mülkiyyət haqqında» qanunu, 9 noyabr, 1991
5. Azərbaycan Respublikasında rəqabətin qorunması və təbii inhisarların tənzimlənməsi (qanunlar, normativ sənədlər, analitik məlumatlar), Bakı-2000, 273 səh.
6. Azərbaycan Respublikasının «Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında» qanunu, 15 dekabr, 1942
7. Azərbaycan Respublikasında dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsinə dair qanunvericilik sənədlər toplusu, I cild, Bakı. 1997. 116 səh
8. Azərbaycan Respublikasının regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2004-2008-ci illər). Bakı. «Nurlar» Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzi – 2004, 160 səh.
9. Axundov Ş.Ə., Axundov M.Ə. «İqtisadiyyat: Sahibkarlıq, bazar münasibətləri, marketinq və səmərəlilik» Bakı, Azərnəşr, 1992, 272 səh.
10. Abdullayev Z.Ş., Nağıyev Ə.N. «İstehsalın təşkili» Bakı. Çarşıoğlu. Dərslik. 2000, 496 səh.
11. Əlirzayev Ə.Q. İqtisadi və sosial idarəetmə: bazar iqtisadiyyatı, metodoloji prinsiplər və qanunauyğunluqlar. Bakı. Diplomat nəşriyyatı, 1997, 208 səh.
12. Hüseynov T.Ə. Sənayenin iqtisadiyyatı. Dərslik, Bakı. Azərnəşr. 2000, 667 səh
13. Hüseynov R.Ə., Orucov Ş.Ə., Hüseynov T.Ə., Məmmədov A.T. «Maddi-texniki təchizatın iqtisadi

- diyyatı, təşkili və planlaşdırılması» Dərs vəsaiti. Bakı. «Maarif». 1995, 348 səh.
14. İmanov T.İ., Quliyev E.N. «Marketingin əsasları» Bakı. 2003.
 15. İmanov T.İ. «Material axınlarının idarə edilməsinə müasir baxış» (I məqalə). İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika jurnalı № 3-4, Bakı – 1998
 16. İmanov T.İ. «Material axınlarının idarə edilməsinə müasir baxış» (II məqalə). İqtisad elmləri: nəzəriyyə və praktika jurnalı № 3, 1999
 17. İmanov T.İ., Məmmədov A.T. XXI ərs Azərbaycan İqtisadiyyatına retrospektiv baxış Azərbaycan Dövlət Neft Akademiyasının 80 illik yubileyinə həsr edilmiş «Yanacaq-energetika kompleksi sahələrinin iqtisadi inkişaf problemləri» mövzusunda Respublika Elmi-Praktiki Konfransı. Bakı. 2000.
 18. İmanov T.İ. Makrologistik sistemlərin formalaşmasının regional cəhətləri. 2003-cü ildə Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin büdcə təyinatlı elmi tədqiqat işlərinin yekununa həsr edilmiş Elmi-praktiki Konfransın tezisləri. Bakı. 2004
 19. Quliyev T.Ə. İdarəetmənin əsasları. Dərslik. Bakı. «Maarif». 1993, 333 səh
 20. Manafov Q.N. «Sahibkarlığın nəzəri və praktiki məsələləri» Bakı. Azərnəşr. 1997, 114 səh
 21. Maddi-texniki təchizat və satış üzrə məlumat kitabı. Kollektiv müəlliflər. Bakı. Azərnəşr. 1978, 314 səh
 22. Şahbazov K.A., Məmmədov M.N., Həsənov H.Ş. Müasir menecment. Bakı. 1995, 77 səh
 23. Vəliyev T.Ş., Məmmədov N.M. İqtisadiyyat. Dərs vəsaiti. Bakı. Universitet nəşriyyatı. 1998, 308 səh.
 24. Автопомов В.С. Предпринимательская функция в экономической системе. - М.: 1990, 82 с.
 25. Алфуква штрихового кодирования // (прилож.) Тара и упаковка. Составитель И.П. Смиранный – М.: ЭГРИ. 1996, 50 с.
 26. Азгальдов Г.Г. Теория и практика оценки качества товаров (основы квалиметрии). М.: Экономика, 1982, 256 с.
 27. Азоев Г.Л. Конкуренция: Анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996
 28. Акофф Р. Планирования в больших экономических системах. М.: 1972
 29. Аллен Дж. Основы свободного предпринимательства. М.: 1992
 30. Афанасьев Н.В. Логистические системы и российские реформы. СПб.: Изг-во Спб УЭ и Ф. 1995. 147 с
 31. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: Учебник для вузов /Под. общ. ред. Г.Л.Багиева. – М.: Изд-во Экономика, 1999, 703 с
 32. Багиев Г.Л., Семенов Е.А. Оценка и прогнозирование эффективности предпринимательства транснациональных корпораций. СПб.: Изд-во СПб ГУ-ЭФ, 2000, 244 с
 33. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 1995, 288 с
 34. Балуберг И.В. Становление и сущность системного подхода. М.: 1973
 35. Бахарев В.О. Производственно-заготовительная и сбытовая логистика фирмы. СПб.: СПб ГУЭФ, 1997, 142 с
 36. Бенсон Д., Уайтхед Дж. Транспорт и доставка грузов. М.: Транспорт, 1990, 279 с.
 37. Бережной В.И., Бережная Е.В. Методы и модели управления материальными потоками микрологи-

- стической системы авто-предприятия. Ставрополь: СТУ Интеллект – сервис, 1996, 155 с.
38. Блауберг И.В. Становление и сущность системного подхода. М.: Наука, 1973
 39. Болт Г.Д. Практическое руководство по управлению сбытом. /Пер. с. англ./ М.: Экономика, 1991, 271 с
 40. Браверман Э.М. Математические модели планирования и управления в экономических системах. М.: Наука, 1975, 368 с
 41. Ван Рост Ш. От транспортной логистики к логистическому управлению. Брюссель: Институт международного обучения в области транспорта, 1993, 55 с.
 42. Васильев Г.А., Ибрагимов Л.А., Каменева Н.Г. Логистика: Учебное пособие. М.: ВЗФИ, Эконом. Образование, 1993, 126 с
 43. Васильев Г.А., Каменева Н.Г., Механизация и автоматизация в складском хозяйстве. М.: Экономика, 1991, 86 с
 44. Ветлугин М.Д. Основы логистики производства. М.: ВИПК Госнаба СССР, 1991, 48 с.
 45. Гаджинский А.М. Основы логистики: Учебное пособие. М.: Маркетинг, 1995, 124 с
 46. Гизе Р. Современная концепция комплексного управления оборотом материальных ресурсов // Материально-техническое снабжение. 1991. № 3 С. 105-108
 47. Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учебное пособие. М.: Изд-кий дом «Дашков и К», 1999, 412 с
 48. Голиков Е.А., Пурлик В.М. Основы логистики и бизнес логистики. М.:РЭА, 1993, 161 с
 49. Гончаров П.П. и др. Основы логистики: Учебное пособие. Оренбург: Изд. центр ОГАУ, 1995, 84 с
 50. Гордон М.П. Комплексное управления товародвижением. //Материально-техническое снабжение. 1990, №4. С. 100-104
 51. Гордон М.П. Материально-техническое снабжение: перестройка организации управления. М.: Экономика, 1989, 178 с
 52. Гордон М.П., Савицкий В. Терминалы управляют товародвижением // Риск, 1995, № 4, С.24
 53. Горькова Т.Ю., Третьякова В.А. Стратегия предпринимательства. СПб: Знание, 1992
 54. Залманова М.Е. Закупочная и распределительная логистика: Учебное пособие. Саратов: СГТУ, 1992, 80 с
 55. Залманова М.Е. Материально-техническая база снабжение в системе управления материальными ресурсами. Саратов: СГТУ, 1989, 48 с
 56. Залманова М.Е. Сбытовая логистика: Учебное пособие. Саратов:СГТУ, 1993, 64 с
 57. Залманова М.Е., Новиков О.А., Семенов А.И. Производственно-коммерческая логистика: Учебное пособие. Саратов: СГТУ, 1995, 76 с
 58. Инютина Н.В., Квашнин Б.С., Суслов О.В. Основы логистики. СПб.: Из-во СПбГУЭФ, 1999, 40 с
 59. Камалеев Р.Ф., Доннорт Х.Ю. Концепция логистики в управлении материальными потоками // Изв.АН СССР. Сер.Экономика. 1990, №2. С.51-60
 60. Козлов В.К., Уваров С.А. Логистика фирмы. СПб: СПбГУЭФ, 1998, 264 с
 61. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика. – Ростов н/Д: Экспертное бюро, 1997, 127 с
 62. Костоглодов Д.Д. Макрологистические системы рыночной экономики – Ростов н/Д: ГАС, 1996, 54 с

63. Лаврова О.В. Материальные потоки в логистике: Конспект лекций. Саратов: СГТУ, 1995, 36 с
64. Лаврова О.В. Планирование межцеховых материальных потоков в логистике: Конспект лекций. Саратов: СГТУ, 1995
65. Логистика в переходный период к рыночной экономике: Тезисы докладов на международной межвузовской конференции. – Саратов: СГТУ, 1995.// 6 с
66. Логистика как форма оптимизации рыночных связей / Под.ред.Л.С. Федерова. М.: ИМЭМОРАН, 1996, 122 с
67. Логистика: Учебное пособие / Под. Ред. Б.А.Аникина. М.:ИНФРА-М, 1997, 326 с
68. Мате Э., Тиксье Д. Материально-техническое обеспечение деятельности предприятия / Пер.с франц.М.: Прогресс, 1993, 160 с
69. Миротин Л.Б., Ташвьев Ы.Э. Интермодальные и мультимодальные системы // Транспорт, ВИНТИ, 1992 №1, С 3-9
70. Моделирование глобальных экономических процессов. Учебное пособие / Под.ред. В.С. Дадаева. М.: Экономика, 1984, 320 с
71. Моделирование производственно-сбытовых систем и процессов управления /Под.ред. А.А. Колобова, Л.Ф.Шклярченко. М.: МГТУ, 1993, 216 с
72. Мясникова Л.А. Логистика экономики среднего звена. СПб: СПбУЭФ, 1997, 72 с
73. Неруш Ю.М. Коммерческая логистика: Учебник для Вузов. М.: ЮНИТИ, 1997, 271 с
74. Новиков Д.Т. и др. Управление материальными ресурсами. М.: Знание, 1990, 64 с.
75. Новиков О.А. и др. Логистика: Учебное пособие. СПб: СЗПИ, 1996, 112 с
76. Новиков О.А., Семенов А.И. Производственно-коммерческая логистика: Учебное пособие. СПб: СПбУЭ и Ф, 1993, - Ч 1- 164 с.
77. Новиков О.А., Уваров С.А. Коммерческая логистика: Учебное пособие. СПб: СПбУЭ и Ф, 1995, 110 с
78. Новиков О.А., Шербаков В.В. Оптовая торговля средствами производства. Л.: ЛФЭН, 1990, 90 с
79. Омельченко И.Н., Ермаков А.Ю. Промышленная логистика: Конспект лекций / Под.ред. А.А.Колобова. М.: МИПК при МГТУ им. Н.Э. Баумана, 1993, 38 с
80. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. Учебник для вузов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997, 324 с
81. Основы логистики: Учебное пособие. /Под.ред. Л.Б.Миротина и В.И.Сеглеева. М.: ИНФРА, 1999, 200с
82. Парамонов М.Ю. Логистика биржевых потоков. СПб: СПбУЭ и Ф, 1996, 166 с
83. Плоткин Б.К. Введение в коммерцию и коммерческую логистику: Учебное пособие. СПб: СПбУЭ и Ф, 1996, 171 с
84. Плоткин Б.К. Основы логистики: Учебное пособие. Л.:ЛФЭИ 1991, 54 с
85. Плоткин Б.К. Основы теории и практики логистики: Методические указания. СПб: СПбУЭ и Ф, 1996, 54 с
86. Плоткин Б.К. Экономические основы коммерческой логистики и маркетинга: Учебное пособие. СПб: СПбУЭ и Ф, 1992, 64 с
87. Промыслов Б.Д., Жученко И.А. Логистические основы управления материальными и денежными потоками: проблемы, поиски, решения. М.: Нефть и газ, 1994, 103 с

88. Промышленная логистика: Конспект лекций // Кафедра и институт организации труда при Рейнско-Вестфальской высшей технической школе. Аахен, Германия /Пер. с. нем. СПб: Политехника. 1994, 166 с
89. Пурлик В.М. Логистика торгово-посреднической деятельности. М.: Высшая школа, 1995, 202 с
90. Пурлик В.М. Рынок инвестиционных товаров и логистика. М.: МУБиУ, 1997, 192с
91. Рабинович И.А. Экономическое регулирование товарного обращения. М.: Экономика, 1991, 170 с
92. Рейфе М.Е. Организация развития логистической деятельности на оптовом рынке. СПб.: СПбГУЭФ, 1996, 27 с
93. Русалева А.Ю. Основы логистики. Новосибирск: НГАЭУ, 1996, 70с
94. Рыжиков Ю.И. Управление запасами. М.: Наука, 1969, 344с
95. Рыжова О.А. Организация материальных потоков в «толкающих» и «тянущих» системах производства: Конспект лекций – Саратов: СГТУ, 1995. 50с
96. Рынок и логистика /Под. Ред. М.П.Гордона. М.: Экономика, 1993, 144с
97. Семененко А.И. Введение в теорию обоснования логистических решений (эффективность логистических систем и цепей): Учебное пособие. СПб: Из-во СПбГУЭФ, 1999, 247с
98. Семененко А.И. Предпринимательская логистика. СПб:Политехника, 1997, 352с
99. Сергеев В.И. Логистика: Учебное пособие. СПб: СПбГИЭА, 1995. 131с
- 100.Сергеев В.И. Менеджмент в бизнеслогистике. М.:Информ издат-дом «ФИЛИНГ», 1997, 772 с
- 101.Сердюкова Л.О. Транспортно-складская логистика пеха: Конспект лекций. Саратов: СГТУ, 1995, 28 с
- 102.Смехова А.А Введение в логистику. М.: Транспорт, 1993, 112 с
- 103.Смехова А.А. Логистика. М.. Знание, 1990, 64 с
- 104.Смехов А.А. Основы транспортной логистики. М.: Транспорт, 1995, 197 с
- 105.Соколин В.П Введение в логистической управление материально-техническим снабжением: Учебное пособие. М..ВЗИИТ, 1993, 27 с
- 106.Туровец О.Г., Родионова В.П. Логистика: Учебное пособие. Воронеж: ВГТУ, 1994. 90с

M Ü N D Ə R İ C A T

Giriş	3	4.6. Biznesin digər sahələri ilə logistikanın qarşılıqlı əlaqəsi	321
Fəsil I. Bazar iqtisadiyyatı sistemində logistika.....	7	Fəsil V. Əsas logistik konsepsiyalar.....	329
1.1. «Logistika» anlayışı və onun qısa tarixi.....	7	5.1. Firmaların logistik konsepsiyası.....	329
1.2. Logistikanın tarixi inkişaf mərhələləri.....	28	5.2. «Dəqiq vaxtında» logistik konsepsiyası.....	336
1.3. Logistikanın inkişafını şərtləndirən amillər.....	54	5.3. Requirements / Resource Planning logistik konsepsiyası.....	346
1.4. Firmanın rəqabət siyasətində logistik mərhələ... ..	65	5.4. «LEAN PRODUCTION» mikrologistik konsepsiyası.....	365
1.5. Müasir iqtisadi şəraitdə ümumiləşmiş logistik problemlər	83	5.5. Sair logistik konsepsiyalar.....	373
1.6. Azərbaycanda logistikanın inkişaf perspektivləri.....	96	5.6. Logistikaya qoyulan əsas tələblər.....	380
Fəsil II. Logistikanın nəzəri və metodoloji əsasları.....	109	Fəsil VI. Logistik sistemlər.....	392
2.1. Logistikanın parçalanması.....	109	6.1. Logistik sistemlər və onların xüsusiyyətləri.....	412
2.2. Logistikanın metodologiyası və elmi bazası.....	121	6.2. Logistik sistemlərin təsnifatı.....	432
2.3. Logistika istifadə olunan modellər və onların təsnifatı.....	131	6.3. Meqalogistik sistemlər.....	445
2.4. Logistikanın ümumi vəzifələri.....	141	6.4. «KANBAN» mikrologistik sistemi.....	449
2.5. Logistikanın əsas prinsipləri.....	145	6.5. Logistik sistemlərin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi.....	454
2.6. Logistik strategiya və onun həyata keçirilməsi mexanizmi.....	150	6.6. Logistik sistemlərin fəaliyyətində dövlətin proteksionist siyasəti.....	454
2.7. Logistikanın göstəricilər sistemi.....	166	İstifadə olunmuş ədəbiyyatın siyahısı.....	463
Fəsil III. Logistik idarəetmənin obyektləri.....	171		
3.1. Material axınları və onların parametrləri.....	171		
3.2. Maliyyə axınları.....	200		
3.3. İnformasiya axınları.....	210		
3.4. Xidmət axınları.....	232		
Fəsil IV. Logistikanın funksiyaları.....	265		
4.1. Logistik əməliyyatlar və funksiyalar.....	265		
4.2. Makro və mikro iqtisadi səviyyədə logistikanın əsas funksiyaları.....	287		
4.3. Logistik missiya və ətraf mühit.....	294		
4.4. Firmalarda logistik menecmentin yeri.....	300		
4.5. Logistik menecmentin marketinqlə qarşılıqlı əlaqəsi.....	312		

İMANOV TELMAN İMAN oğlu

LOGİSTİKANIN ƏSASLARI
Dərslik

Yığılmağa verilib: 06.05.05. Çapa imzalanıb: 13.06.05.
Format 60x84 1/16. F.ç.v. 29,63. Sifariş № 128. Kağız əla növ.
. Tiraj 500 nüsxə. Qiyməti müqavilə ilə.

“Tİ-MEDIA” şirkətinin mətbəəsi