

TELMAN HÜSEYNOV
Azərbaycan Respublikasının əməkdar iqtisadçısı,
iqtisad elmləri doktoru, professor,
Azərbaycan Respublikasının əməkdar müəllimi

FİRMANIN
İQTİSADİYYATI
D ə r s l i k

Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyinin
982 sayılı 10.08.2009-cu il tarixli əmrinə əsasən
ali məktəblər üçün dərslik kimi təsdiq edilmişdir.

Bakı-2009

**Rəyçilər: Azərbaycan Dövlət Neft Akademiyasının
«Maşınqayırma sənayesinin iqtisadiyyatı və menecmenti»
kafedrasının müdiri, i.e.d., prof. Müşfiq Atakişiyev**

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin
«Biznesin təşkili» kafedrasının müdiri,
i.e.d., prof. Alıcan Abbasov**

Redaktor: i.e.n., dos. Bağış Əhmədov

Telman Əlihüseyn oğlu Hüseynov

Firmanın iqtisadiyyatı (dərslük).

Bakı, Azərneşrin qırifi ilə çap olunub, 2009-cu il, 600 səhifə.

Dərslikdə sahibkarlığın və bazar iqtisadiyyatının əsas və ilkin subyekti, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafında həlledici rolu olan firmanın iqtisadi məsələləri şərh olunmuşdur. Bununla bağlı istehsal firmasının iqtisadiyyatına aid olan anlayış, göstərici, kateqoriya, qanunlar və qanunauyğunluqların vasitəsilə onun fəaliyyəti öyrənilir və təhlil olunur. Firmanın təşkilatı formalarına (hüquqi, iqtisadi) baxılır, kompleks şəkildə resurs təminatı, innovasiya və qiymət siyasəti, istehsalın təşkili və ictimai təşkili formaları, onun idarəetmə mexanizmi, marketinq və investisiya fəaliyyəti, maliyyəsi və xarici iqtisadi əlaqələri şərh edilir.

Mikroiqtisadiyyatın mühüm tərkib hissəsi olan firma ilə makroiqtisadiyyatın analoq təşkil edən məsələlərinə - zərurət yarandığı hallarda - bircə baxılmış, müqayisələr aparılmış və ümumiləşdirmələr edilmişdir.

Müəssisə və firmanın iqtisadiyyatı haqqında biliklərin tələbə tərəfindən mənimsənilməsinin onların yüksək ixtisaslı iqtisadçı-mütəxəssis kimi formalaşmasında müstəsna əhəmiyyəti vardır.

Dərslik iqtisad profilli ali məktəblərin bakalavriatura təhsil mərhələsinin tələbələri üçün yazılmışdır. Ondan aspirantlar, müəllimlər və habelə istehsal firmalarının və sənaye müəssisələrinin işçiləridə istifadə edə bilərlər.

M Ü Q Ə D D İ M Ə

Dünyanın qabaqcıl ölkələrinin sosial-iqtisadi inkişafında hər bir elmin, xüsusilə təbiət elmlərinin rolu, əvvəllər olduğu kimi, indi də və gələcəkdə də həlledici amil kimi öz rol və əhəmiyyətini saxlayacaqdır. Təbiət elmlərinin cəmiyyətin bazisində etdiyi keyfiyyət dəyişiklikləri başqa elm sahələrinin də – ictimai elmlərin də – o cümlədən, iqtisad elminin də ictimai-iqtisadi proseslərdə iştirakını zərurətə çevirmişdir. **Baş verməkdə olan iqtisadi və sosial proseslər haqqında biliklərin toplanması və onların sistemləşdirilməsi – elmin yaranması – həmin proseslərin idarə edilməsində, onların – lazım gələrsə – səmtinin dəyişdirilməsində, sürətləndirilməsi və ya ləngidilməsində iqtisad elmi müstəsna rola malikdir.** Bunlarsız elmi-texniki tərəqqinin səbəb olduğu keyfiyyət və kəmiyyət dəyişiklikləri nəzarətdən çıxsa, insanların onları idarəetmə imkanları məhdudlaşa bilər.

Sovetlər İttifaqı kimi nəhəng bir imperiyanın süqutu və bununla əlaqədar olaraq, həmin məkandakı ölkələrin bir iqtisadi sistemdən – sosializmdən – digərinə, yəni bazar iqtisadi sistemə keçməsi iqtisadi proseslərə yenidən, başqa prizmadan baxmağı gündəmə gətirmişdir. Bu gün həmin məkanda siyasi baxımdan müstəqil, iqtisadi baxımdan isə suveren respublikalar yaranmış və onlar tədricən dünya təsərrüfat sistemə inteqrasiya olunmaqdadırlar. Bu qəbildən olan ölkələrdən biri də Azərbaycan Respublikasıdır.

18 il öncə siyasi müstəqillik qazanan Azərbaycan ictimai həyatın bütün sahələrində – iqtisadi, siyasi, elm və təhsil, incəsənət, idman və s.-də – ciddi nailiyyətlər əldə etmişdir. Ölkəmiz üçün xüsusilə XXI əsrin başlanğıc illəri, xüsusilə, 2003-ildən bu yana olan dövr daha çox uğurlu olmuşdur. Azərbaycan, özünün iqtisadi inkişafı və sosial tərəqqisinə görə, dünyanın qabaqcıl ölkələri sırasına daxil olmuşdur.

Bütün başqa amillərlə yanaşı Azərbaycanın iqtisadi artım sürətinə görə dünyanın lider ölkəsinə çevrilməsinin bir səbəbi də ölkəmizin Ulu Öndər Heydər Əliyev tərəfindən işlənmiş sosial-iqtisadi inkişaf konsepsiyasıdır və həmin strateji proqram hal-hazırda da çox uğurla reallaşdırılmaqdadır. Bir tərəfdən uğurlu iqtisadi siyasət və digər tərəfdən aparılan bazar yönümlü islahatlar Azərbaycan Respublikasının iqtisadi inkişafının dönməzliyini təmin etmişdir.

Dünya maliyyə böhranı Azərbaycanın da inkişaf səmtlərindən yan keçməsədə onu ümumi qəbul edilmiş kursundan çıxara bilməmişdir. Böhran Azərbaycanın iqtisadi inkişafına neqativ planda təsir etməyə bilməz, heç olmasa ona görə ki, ölkə iqtisadiyyatı 140-dan çox ölkələrlə – biri ilə az, biri ilə çox – bağlıdığı iqtisadi əlaqələrlə dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya olmuşdur. Ona görə də, dünya iqtisadiyyatında baş verən hər hansı bir proses iqtisadi əlaqələri olan o biri ölkələrin də iqtisadiyyatına təsir edir. Lakin bu təsir iqtisadi sarsıntı səviyyəsinə qalxa bilməz, çünki yuxarıda haqqında bəhs edilən strateji inkişaf proqramı ölkə prezidenti İlham Əliyev tərəfindən inamla realizə olunur.

Təsərrüfatçılığın bazar formalarına keçidi genişləndikcə və dərinləşdikcə, iqtisadi proseslər haqqında prinsipcə yeni, əvvəlki iqtisadi sistemdən fərqli biliklər, metodlar, postulatlar, kateqoriya və göstəricilər, məhfumlar və anlayışlar yaranır və məhz onların köməyi ilə bütövlükdə milli iqtisadiyyat və onun əsası olan firma və müəssisələr idarə olunurlar. Bazar münasibətləri şəraitində iqtisadi fəaliyyətin «ağırlıq mərkəzi» sonunculara keçmişdir.

Bütünlükdə, milli iqtisadiyyatın və onun əsas tərkib hissələri olan istehsal firmaları, sənaye müəssisələri və ev təsərrüfatlarının iqtisadiyyatı və idarə olunması dərin iqtisadi biliklərin vasitəsilə, onların gələcək daşıyıcıları olacaq yüksək ixtisaslı iqtisadçı kadrların köməyi ilə mümkündür.

Bazar münasibətlərinə keçidlə bağlı sahibkarlıq fəaliyyəti ön plana keçmiş, onun bir sıra təşkilatı-hüquqi və təşkilati-iqtisadi formaları yaranmışdır. Sonuncunun ən önəmli növlərindən biri firmalardır, xüsusilə istehsal firmalarıdır.

İstehsal firmaları iqtisadiyyatın özülündə dayanmaqla – mənfəət əldə etmək məqsədilə – həm cəmiyyətə və həm də onun üzvlərinə zəruri olan məhsul istehsal edir, sənaye xarakterli xidmətlər göstərir, işlər görür və onların satışını həyata keçirirlər. Bütün bunlar firmalarda fəaliyyət göstərən yüksək təhsil senzinə malik kadrların, tətbiq olunan qabaqcıl texnika və texnologiyanın və istifadə edilən keyfiyyətli xammal və materialların vasitəsilə həyata keçirilir. Hər üç istehsal resursunun iqtisadiyyatı və bunun nəticələrinin satışı məcmu halında firmanın iqtisadiyyatını, bunların haqqındakı sistemləşdirilmiş

nəzəri və empirik biliklər isə «Firmanın iqtisadiyyatı» elmini formalaşdırmışdır.

Təsadüfə deyildir ki, son vaxtlar bazar münasibətlərinə keçidlə bağlı firmanın iqtisadiyyatı məsələlərinin tədqiqinə xüsusi diqqət yetirilir, iqtisad elminin bu sahəsinin daha ətraflı öyrənilməsi məqsədilə iqtisad profilli universitetlərin hazırladığı ayrı-ayrı ixtisasların tədris planlarına salınır, dərslilər və dərs vəsaitlər yazılır və s. Məsələn, şimal qonşumuz olan Rusiya Federasiyasında hələ 1998-ci ildə «Firmanın iqtisadiyyatı və statistikasını» adlı dərslinin 3-cü nəşri çap olunmuşdur; 2003 və 2007-ci illərdə isə müxtəlif müəlliflər kollektivi tərəfindən «Firmanın iqtisadiyyatı» adlı dərslilik yazılmış və müxtəlif nəşriyyatlarda çap olunmuş və tələbələrin istifadəsinə verilmişdir. Bunlardan əlavə və son illər həmin ölkədə nəşr olunan «İqtisadiyyat» (Moskva, 2008-ci il), «Müəssisənin iqtisadiyyatı» (Moskva, 2007-ci il, IV nəşr), «İqtisadi nəzəriyyə kursu» (Moskva, 2001-ci il, II nəşr) və s. kimi dərsliliklərdə də firmanın iqtisadiyyatının ayrı-ayrı məsələlərinə bölmə və ya fəsil kimi yer verilmiş və şərh olunmuşlar. Bir sözlə, «Firmanın iqtisadiyyatı» kursu formalaşmış və o, «Müəssisənin iqtisadiyyatı» fənni ilə paralel olaraq iqtisad profilli ali məktəblərdə ayrı-ayrı ixtisaslarda paralel şəkildə tədris olunurlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan Respublikası başqa sferalarda olduğu kimi Baloniya prosesinə qoşulmaqla Avropa təhsil sisteminə inteqrasiya olmaqdadır. Hazırda Avropanın bütün ölkələrinin ali təhsil məktəbləri vahid tədris planları əsasında yüksək ixtisaslı mütəxəsislər hazırlayırlar – məzunlara verilən diplomların qarşılıqlı tanınmasının əsas şərtinə riayət edirlər. Bu istiqamətdə başqa bir tədbir isə elmin istiqamətləri üzrə hazırlanacaq ixtisasların məzmununa və səviyyəsinə qoyulan tələbləri əks etdirən Dövlət Təhsil Standartlarının yenidən işlənməsidir. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 12 yanvar 2009-cu il tarixli 08 sayılı qərarı ilə «Ali təhsilin bakalavr pilləsi ixtisaslarının (proqramlarının) siyahısı»nın təsdiq olunması bu işin başlanğıcıdır. Yeri gəlmişkən, təhsil ixtisasları qrupunun «İqtisadiyyat və idarəetmə» bölməsində «Sənayenin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi» ixtisasına da yer verilmişdir. Bu qrupun tərkibində «İstehsal firmasının iqtisadiyyatı» ixtisasından bakalavrların hazırlanması da planlaşdırılır; başqa ixtisaslarda isə «Firmanın (müəssisənin)

iqtisadiyyatı» fənninin tədrisi nəzərdə tutulur. Həm bütün bunlara görə və həm də bazar iqtisadiyyatının tələbləri baxımından «Firmanın iqtisadiyyatı» dərsliyinin yazılması çox vacibdir. **Göstərmək lazımdır ki, oxuculara təqdim olunan «Firmanın iqtisadiyyatı» adlı dərslük Azərbaycan dilində yazılmış ilk dərslükdir.** Bu kitabda firmanın iqtisadiyyatına dair bir çox məsələlər dərslük mövzusu kimi birinci dəfədir ki, oxucuların nəzərinə çatdırılır.

Öz-özlüyündə aydındır ki, istehsal firmalarının iqtisadiyyatı müəssisə iqtisadiyyatına aid müddəalar, fikir və mülahizələrsiz keçinə bilməz. Müəllif bu dərsliyi yazarkən özünün 2005-ci ildə nəşr edilmiş və oxucular tərəfindən rəğbətlə qarşılanmış «Müəssisənin iqtisadiyyatı» dərsliyindən istifadə etmişdir. Lakin istifadə olunan bütün mövzuların məzmununa yenidən baxılmış, əlavələr edilmiş, müasir tədris təcrübəsi nəzərə alınmaqla yeni dərsliyə daxil olunmuşdur. Elə buna görə də, bu dərsliyin vasitəsilə – müəyyən istisnalarla – «Müəssisənin iqtisadiyyatı» fənnini də tədris etmək olar.

Müəllif, dərsliyin yazılmasında xeyli zəhmətləri olan Az DİU-nun «Müəssisənin iqtisadiyyatı» kafedrasının əməkdaşları iqtisad elmləri namizədi Lalə Həmidova və Sədət Məcidovaya öz təşəkkürünü bildirir.

Müəllif həmçinin bu fikirdədir ki, dərslük nöqsansız deyil. Həmin nöqsanları və dərslük haqqında öz mülahizələrini müəllifə çatdıracaq hər bir oxucuya müəllif əvvəlcədən minnətdarlığını bildirir; ünvan: Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi 6., Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, «Müəssisənin iqtisadiyyatı» kafedrası.

BÖLMƏ I

«FİRMANIN İQTİSADİYYATI» KURSUNUN TƏDQIQAT OBYEKTİ, PREDMETİ VƏ MƏZMUNU

Fəsil 1. «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı, predmeti və məzmunu

1. Müəssisə və firma: oxşar cəhətləri və fərqləri
2. «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı və predmeti
3. Kursun tədqiqat metodları və iqtisad kursları sistemində yeri
4. Kursun vəzifələri və məzmunu

1. Müəssisə və firma: oxşar cəhətləri və fərqlər

Bir qayda olaraq, hər hansı kursun tədrisi onun tədqiqat obyektı və predmetinin tələbələrə aydınlaşdırılmasından başlayır. Elə ilk dərstdə kursun predmeti, onun öyrəndiyi və öyrətdiyi məsələlər müəllim tərəfindən tələbələrə izah olunmalıdır. Biz, əksəriyyət tərəfindən qəbul olunmuş bu qaydaya bilərəkdən riayət etməyib, «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı və predmetinin şərhindən əvvəl «firma»nın iqtisadi mahiyyətini, «müəssisə» ilə onun oxşar cəhətləri və fərqlərini tələbələr üçün aydınlaşdırmağı lazım bildik. Çünki, belə bir metodiki yanaşmanın kursun məzmununun tələbələr tərəfindən mənimsənilməsində çox önəmli elmi-nəzəri, metodoloji və praktiki əhəmiyyəti vardır. Lakin buna nail olmağa yardımçı bir məqam kimi «müəssisə» və «firma» məhfumlarının vəhdəti, başqa sözlə, bunların analogi (oxşar) tərəfləri və onların biri-birinə bənzəməyən cəhətlərinin izahı da az əhəmiyyət kəsb etmir.

Qədim yunan alimlərinin terminlərin (məhfumların) məzmunlarının aydınlaşdırılması haqqında belə bir kəlamı olmuşdur: «terminlərə görə mübahisə etməzlər, razılığa gələrlər». Bu fikrin deyilişi nə qədər

cazibədar olsada onun – bütün hallarda – birmənalı qəbulu mümkün deyildir. Belə ki, hər bir termin əşya, hadisə, proses və s.-nin mahiyyətini, başqa sözlə, onun kəmiyyət və keyfiyyət tərəfini, daxili əlaqələrini, daha dəqiq açsa, səciyyəyə bilməlidir. Başqa sözlə, hadisə və proseslərin idarə olunmasında, kəmiyyət və keyfiyyətə qiymətləndirilməsində onların mahiyyətini (məzmununu) bu və ya digər dərəcədə özündə əks etdirən məhfumlar (terminlər), kateqoriya və göstəricilərdən istifadə olunur. Belə olmadıqda əşya, hadisə və proses haqqında yanlış mülahizələr söylənər, oxşar olanların fərqi (fərqlərini) müəyyən etməkdə, fərqli olanların isə oxşar cəhətini (cəhətlərini) aşkarlamaqda çətinlik yarana bilər. Lakin indinin özündə də, başqa elmlərdə olduğu kimi, iqtisad elmində də mənası tam və dəqiq açılmamış, mübahisə doğuran terminlər mövcuddur. Belə terminlərdən biri də «firma»dır. Hər şeydən öncə, qeyd etmək lazımdır ki, «firma» italyan sözü olub, azərbaycan dilində «imza», «nişan» sözlərinə uyğun gəlir.

İlk öncə firma haqqında iqtisadi nəzəriyyə elminin nümayəndələrinin işləmiş olduqları müxtəlif konsepsiyaların səciyyəvi cəhətlərini – qıtsada olsa – şərh etmək lazımdır.

Həmin konsepsiyalar aşağıdakılardır:

- a) firma haqqında neoklassik nəzəriyyə;
- b) firma haqqında institusional nəzəriyyə;
- c) firma haqqında davranma (bixevioriya) nəzəriyyəsi

Neoklassik nəzəriyyəyə görə firma, istehsal (texnoloji) vahidi olmaqla funksiyası istehsal fəaliyyəti, məqsədi isə maksimum mənfəət əldə etmək kimi şərtləndirilir. Həmin nəzəriyyə, istehsal resurslarının ən optimal nisbətini tapmaqla, minimum istehsal xərclərinə nail olmağı firmanın əsas vəzifəsi hesab edir. Lakin bu nəzəriyyənin firmada daxili idarəetməni, firmanın təşkilat quruluşunun xüsusiyyətlərini nəzərə almaması və habelə verilən qərarların alternativsiz, seçimsiz olması onu praktiki vəzifələrin həlli işi üçün o qədər də yararlı etmədi.

Institusional nəzəriyyəyə görə firma, bazar qeyri-müəyyənliyi şəraitində fəaliyyət göstərən mürəkkəb ierarxiya quruluşlu təşkilatdır. Bu nəzəriyyəyə görə, resursların nəqdsiz bölgüsünə əsaslanan firma onların (resursların) bazar mexanizmi prinsiplərinə görə pulla bölgüsünə alternativ olmaqla bölgü prosesinin idarə edilməsi xərclərinə – transaksiya (sövdələşmə) xərclərinə – qənaət məqsədini güdür;

burada firma həm də özünün daxili – onun özünü təşkilatması ilə bağlı – xərclərə nəzarət işində həyata keçirir. Burada əsas vəzifə firmanın bahalı və həm də natamam məlumatlar mühitində davranışı izah edilir; firmanın çoxnövlülüyünün səbəbləri şərh olunur və onların inkişafına xüsusi diqqət yetirilir, ön plana çəkilir.

Beləliklə, instisional nəzəriyyəyə görə firma sövdələşmə (transaksiya) xərclərinə qənaət və resurs sahiblərinin təsərrüfat qərarlarının koordinasiyası ilə əlaqədar olan xərclərin nisbətini ortimallaşdıran təşkilatdır.

Nəzəriyyənin digər ilkin şərti kimi, firma cəlb edilmiş resurs sahibləri arasında münasibətlər məcmusu olan mürəkkəb irearxiyalı təşkilatdır.

Nəhayət, davranma nəzəriyyəsinə görə, firma mütəhərrik bazar münasibətlərinə yalnız uyğunlaşmamalı və həm də öz davranışı ilə mövcud olan mühiti özünə uyğunlaşdırmağı bacarmalıdır; bu – firmanın sahibkarlıq (təşəbbüskarlıq) konsepsiyasıdır. Burada firma habelə müxtəlif səviyyələrdə baş verən sahibkarlıq funksiyalarının qarşılıqlı fəaliyyəti sistem kimi səciyyələndirilir. Belə halda əsas vəzifə həmin funksiyaların uzlaşdırılmasına nail olmaqdır, çünki firmanın davranışı müxtəlif səviyyələrə məxsus sahibkarlığın qarşılıqlı fəaliyyəti ilə qiymətləndirilir.

Firmanın iqtisadi, sosial və texniki-təşkilatı təbiəti haqqında nəzəriyyədən gələn yuxardakı müxtəlifliklər tətbiqi iqtisad elmlərindən yan keçməmişdir. Elə bu səbəbdən də konkret iqtisad elmlərinin nümayəndələri arasında da firma haqqındakı fikir ayrılığı indi də mövcuddur.

İqtisadi ədəbiyyatda, bir çox hallarda, «firma» termini «müəssisə» termini ilə sinonim kimi qəbul edilir – eyniləşdirilir, bəzən qarışdırılır, bəzən də fərqləndirilir. Nəticə etibarilə iqtisadçılar qədim yunanların termin haqqında «mübahisə etməzlər, razılığa gələrlər» tövsiyəsini qəbul etmirlər. Başqa sözlə, «müəssisə» və «firma» terminlərinin oxşar cəhətləri və fərqləri haqqında iqtisadçılar arasında yekdil fikir indi də yoxdur.

«Firma» məhfumunun məzmununu açıqlayan iqtisadçıları 2 qrupa bölmək olar:

a) firma kommersiya fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisədir, təşkilatdır;

b) firmanın tərkibi bir deyil, bir neçə müəssisədən ibarətdir.

Xronoloji ardıcılığı gözləməklə «firma»nın iqtisadi məzmununa dair bir neçə mənbələrə, bəzi iqtisadçıların fikir və mülahizələrinə müraciət edək:

Firma – müvafiq formada hüquqi qeydiyyatdan keçmiş müasir bazar tipli təsərrüfat vahididir.¹ «Firma» – hər hansı hüquqi şəxsin – müəssisə, şirkət, korporasiya və s.-in kommersiya fəaliyyətini müəyyən etmək üçün istifadə olunan termindir.² Firma – ölçüsündən, təşkilati formasından və mülkiyyətinin xarakterindən asılı olmayaraq, hər hansı istehsal sahibkarlığı özəyinin ümumi adıdır.³

Firma – sənaye, ticarət, tikinti, nəqliyyatda hüquqi şəxs kimi kommersiya məqsədi güdən, sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirən hər hansı təşkilati-təsərrüfat vahididir.⁴ Firma – mənfəət əldə etmək məqsədilə kommersiya fəaliyyətini həyata keçirən, hüquqi şəxs olan, şəxsi adı olan və qanunvericiliyə uyğun olaraq səlahiyyətli dövlət orqanlarında qeydiyyatdan keçmiş müəssisədir, təşkilatdır.⁵

Firmaya yuxarıda verilən əksər təriflərdə ümumi və səciyəvi cəhət onların (firmaların) hər hansı «kommersiya təşkilatı» olmasıdır. Firmanı ticarət, sənaye müəssisəsinin adı hesab edən, kommersiya təşkilatının sinonimi kimi istifadə edən müəlliflər də vardır. Lakin bu təriflərin heç birində firmanın tərkibinin neçə müəssisədən ibarət olması şərt kimi irəli sürülmür. Əsas şərt – firmanın sahibkarlıq, kommersiya təşkilatı olmasıdır, firmaya daxil olan müəssisənin sayı isə önəmli, müəyyənədicisi şərt deyil.

Firmanın iqtisadi mahiyyəti haqqındakı fikirlər yuxarıda gətirdiyimiz iqtibaslarla bitmir. Daha bir neçə iqtisadi ədəbiyyata, mənbəyə müraciət edək.

«Bazar iqtisadiyyatına dair lügət-arayış» kitabında «firma» məfhumu aşağıdakı kimi izah edilir: Firma – hüquqi şəxs olan və kommersiya məqsədilə fəaliyyət göstərən istehsal, ticarət, nəqliyyat, bank və digər sahə və sferalara mənsub müəssisə, şirkət və təşkilatlardır.⁶

¹ Неприпцева Е. Фирма в рыночной экономике. РЭЖ, 1993, № 2 с. 178

² Правовой словарь предпринимателя М., 1993, с.46

³ Пашкус Ю.В., Мисько О.Н. Введение в бизнес. Л., 1991, с. 9

⁴ Гречикова И.М., Менеджмент М., 1998, с. 45

⁵ Экономика и статистика фирм., М., 2000, с. 6

⁶ Словарь – справочник по рыночной экономике. М., 1992., с. 30

Göründüyü kimi, firmalar yalnız istehsal sahəsində deyil, digər maddi və qeyri-maddi sferalarda da yaradıla və fəaliyyət göstərə bilərlər. Lakin, oxucuya təqdim olunan bu tədris vəsaitində yalnız sənaye istehsalındakı firmaların iqtisadiyyatından bəhs ediləcəkdir. Buna səbəb əvəla, dərsləyin təyinatıdır – onun köməyilə hazırlanacaq iqtisadçının ixtisas profilidir; ikincisi, ayrı-ayrı sahə və sferalarda fəaliyyət göstərən firmaların tədqiqat obyektləri və predmetlərinin biri-birindən ciddi şəkildə fərqlənməsidir.

1980-ci ildə – sabiq SSRİ dönəmində – nəşr olunmuş «İqtisadi ensiklopediya»nın 4-cü cildində isə «Firma» məhfumuna xeyli yer ayrılımış və göstərilmişdir ki, firma kapitalist istehsalının ilkin təsərrüfat həlqəsidir. Burada qəribə görünən başqa bir fikirə də rast gəlinir: firma kimi ayrı-ayrı kapitalist sahibkar (yəni 1 kapitalist sahibkar – **kursiv – T.H.**) və habelə 2 və daha çox kapitalist sahibkarlar çıxış edə bilər.⁷

Gətirilən iqtibasdan aydın olur ki, müəssisənin firma olması firmadaxili müəssisənin sayca 1-dən çox olması ilə əlaqədar deyildir. Lakin bu məsələdə də iqtisadçılar arasındakı fikir ayrılığı bu gündə mövcuddur.

Bəs firma ilə müəssisə arasında nə kimi oxşarlıq və fərqlər vardır?

İlk öncə göstərmək lazımdır ki, müəssisə – əmək bölgüsünə əsaslanan, kooperasiya vasitəsilə təşkil olunan, daxili texnoloji əlaqələri koordinasiya edilən mürəkkəb bir təsərrüfatçılıq subyektidir.

«Firma» məhfumunun mahiyyətini açıqlayan bir sıra iqtisadçılar onun (firmanın) müəssisə olduğunu göstərməklə yanaşı, artıq qeyd edildiyi kimi, onun müəssisədən fərqli 2 cəhətini də göstərirlər: a) firma 2 və daha çox müəssisədən ibarət olur. b) firma istehsalla yanaşı, həm də kommersiya fəaliyyəti ilə də məşğul olur. Müəssisəyə aid qalan nə əlamətlər varsa, onların hamısı firma üçün səciyəvidir.

Bəzi müəlliflər firma ilə müəssisəni müqaisə edəndə – onların fərqli cəhətlərini göstərmək istəyəndə – yanlışlığa yol verir, özləri öz fikirlərini inkar edirlər. Məsələn, prof. O.Y.Volkov və B.Q.Sklyarenkonun redaktəsi altında nəşr olunmuş «Firmanın iqtisadiyyatı» adlı dərslikdə göstərilir ki, müasir firmalar, adətən, bir neçə müəssisəni (yəni 2 və daha çox; **kursiv – T.H.**) özündə birləşdirir. Əgər firma bir müəssi-

⁷ Экономическая энциклопедия. М., 1980, с. 305-306

sədən ibarətdirsə, hər iki məhfum mənaca biri-birinə uyğun gəlir, başqa sözlə, bu halda müəssisə və firma eyni bir iqtisadi fəaliyyəti əks etdirirlər.⁸ Deməli, müəlliflərə görə, tərkibi 1 müəssisədən ibarət olan firma həm də müəssisədir. Daha dəqiq desək müəssisənin firma olması üçün, artıq qeyd edildiyi kimi, müəssisənin sayı şərt deyil. **Bundan əlavə buradan prinsipal bir məsələ aydın olmur. Əgər 1 müəssisə firma ola bilməzsə, 2 (və daha çox) müəssisənin firma olmasına səbəb nədir? Firmanın tərkibində bir müəssisə ilə iki və daha çox müəssisənin olması məsələnin kəmiyyət tərəfidir. Müəssisənin firmaya çevrilməsinin keyfiyyət tərəfləri necə izah olunmalıdır? Burada müəssisənin fəaliyyətinə daha nələr əlavə olunduqda o, «müəssisəlikdən» çıxıb firmaya çevrilə bilər?** Bir sözlə, müəssisənin 2 və daha çox olması, firma da ola bilər, birlik də. Buradan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, «firma bir müəssisədən ibarətdirsə, hər iki məhfum («müəssisə», «firma») mənaca uyğun gəlir» (**kursiv – T.H.**) tezisi düzgün deyil, qeyri-elmidir, məntiqə söykənmir.

Bu qəbildən olan daha bir maraqlı misal, M.V. Lomonosov adına MDU –nun 2001-ci ildə nəşr etdirdiyi «İqtisadi nəzəriyyə kursu» adlı dərsliyin 544-cü səhifəsində «... hər bir müəssisə firmadır, lakin hər firma müəssisə ola bilməz» fikri cəmi 1 səhifə sonra – 545-ci səhifədə – göstərilir ki, müəssisənin firmaya transformasiya edilməsi üçün zəruri şərtlər – onun kommersionlaşdırılması və yenidən strukturlaşdırılmasıdır. Bu fikir əvvəlki tezisi tamamilə inkar edir. Çünki, əgər «hər bir müəssisə firmadır»sa, öz mahiyyətinə görə çox mürəkkəb olan həmin «əməliyyatlara» (kommersionlaşdırma, yenidən strukturlaşdırma) ehtiyac varmı? Yaxud, firmanı yenidən firmaya çevirməyin nə mənası?

Bundan əlavə, firmaya yuxarıda verilən təriflərin mütləq əksəriyyətində mülkiyyət məsələsinə toxunulmur. Bu o deməkdir ki, mülkiyyətin forması da firma və ya müəssisənin mahiyyəti üçün heç bir rol oynamır. Elə bu səbəbdəndir ki, O.Volkov və B.Sklyarenko müəllifləri olduqları «Müəssisənin iqtisadiyyatı» adlı özlərinin kitabında və redaktə etdikləri «Firmanın iqtisadiyyatı» dərsliyində firmanın iqtisadi məzmunu haqqında deyilənləri olduğu kimi təkrar edir və bəzi əlavə fikirlərdə söyləyirlər: onlar göstərirlər ki, bazarda müəssisə

⁸ Экономика фирмы М., 2001., с.3

deyil, firma təsərrüfat subyektı kimi çıxış edir, qiymət siyasətini həyata keçirir, rəqabət mübarizəsi aparır, mənfəətin bölgüsündə iştirak edir, inkişaf tempini və elmi-texniki tərəqqinin istiqamətlərini müəyyən edir.⁹

Buradan aydın olur ki, müəssisə yalnız istehsalla məşğul olursa, firma istehsalla yanaşı, öz məhsullarının satışı məqsədilə, həm də kommersiya fəaliyyəti ilə və bununla bağlı olan digər məsələlərlə də məşğul olur.

Bazar iqtisadiyyatının «klassik» ölkələrində müəssisələr öz məhsullarını 2 kanalla realizə edə bilirlər, istehlakçılara çatdırırlar:

a) dolayısı ilə və b) birbaşa

Göstərmək lazımdır ki, müəssisələr öz məhsullarını dolayısı yolla realizə edərkən məhsulun hərəkətinin aşağıdakı 2 sxemindən istifadə edirlər.

I. «Müəssisə – topdansatış ticarət təşkilatı – pərakəndə satış ticarət təşkilatı – istehlakçılar»;

II. «Müəssisə – pərakəndə satış ticarəti – istehlakçılar».

1. Birbaşa yolla məhsulun realizə olunmasında – öz-özlüyündə aydındır ki – nə topdan satış və nə də pərakəndə satış təşkilatları iştirak etmirlər; burada məhsulun müəssisədən istehlakçıya hərəkəti sadələşir – bir qütbdə müəssisənin özü və digərində isə bilavasitə onun məhsulunun istehlakçısı dayanır.

Buna misal olaraq Almaniyanın kosmetika məhsulları istehsal edən məşhur «Avon» firmasını (Myunxen şəhəri) göstərmək olar. Həmin firma məhsullarını bazara özü çıxarmaqla yanaşı, hətta, öz əmtəələrini istehlakçıların ev ünvanlarına da öz agentləri vasitəsilə çatdırır.

İqtisadi baxımdan məhsul satışının bir başa forması sərfəlidir, çünki istehsalçı müəssisənin məhsulunun qiymətinə birinci sxemdə 2 ticarət təşkilatının (topdansatış və pərakəndə satış) ikinci sxemdə isə topdansatış ticarətinin «ticarət əlavələri» əlavə olunurlar. Lakin bununla yanaşı məhsul istehsal edən müəssisə hər iki ticarət təşkilatlarının xidmətlərindən istifadə etmir, əhəmiyyət kəsb edən cəhəti isə budur ki, onun (müəssisənin) öz əsas işindən «yayınmasının» qarşısı alınır. Yeri gəlmişkən, bazar iqtisadiyyatı şəraitində işləyən ölkə-

⁹ Волков О.И., Склярченко Б.К. Экономика предприятия. М., ИНФРА, 2002, с.

lərin sənaye müəssisələri yuxarıda göstərilən satış kanallarının – konkret səlait nəzərə alınmaqla – hər 3-ündən eyni vaxtda, paralel olaraq istifadə edə bilirlər.

Burada bir sual yaranır: öz məhsulunu dolaylı yolla realizə edən müəssisə ilə bir başa realizə edən müəssisə arasında iqtisadi, təşkilati və sosial baxımdan fərq yoxdurmu? **Fərq orasındadır ki, öz məhsulunu son istehlakçıya özü satan müəssisə həm müəssisədir, həm də firma. Çünki o eyni zamanda həm istehsal və həmdə kommersiya fəaliyyəti ilə məşğul olur. Ticarət təşkilatlarından istifadə etməklə məhsullarını istehlakçılara çatdıran müəssisələr isə yalnız müəssisədir. Deməli, bütün istehsal firmaları həm də müəssisələrdir, lakin bütün müəssisələr firma olmaya da bilirlər.**

Bütün yuxarıda qeyd olunanlardan belə nəticəyə gəlmək olar ki, istehsal-texniki və şəxsi istehlak təyinatlı məhsullar istehsal edən firma ilə müəssisə arasındakı fərq birincinin öz məhsullarını istehlakçılara özü tərəfindən, ikincinin isə vəçitəçilərlə (ticarət təşkilatları ilə) çatdırmağındadır.

İstehsal-texniki və şəxsi istehlak-təyinatlı məhsullar istehsal edən firma və müəssisələrin oxşar cəhətləri hər ikisinin maddi istehsalla məşğul olmalarıdır. Başqa sözlə, firma ilə müəssisənin fərqi istehsalda deyil, istehsaldan kənarında axtarılmalıdır. Təkrar olsada: müəssisə yalnız 1 fəaliyyət növü ilə – istehsalla – məşğul olduğu halda, firma 2 fəaliyyət növü ilə – istehsal və kommersiya ilə məşğul olur.

Beləliklə, firma sahibkar və ya sahibkarlar tərəfindən yaradılmış məhsul istehsal edən, iş görən və xidmət göstərən və məqsədi onları satmaqla mənfəət əldə etmək olan müstəqil təsərrüfatçılıq subyektidir.

Firmanın həm istehsal və həm də kommersiya ilə məşğul olması, daha doğrusu özünün istehsalı olan məhsulunu özü satması onun fəaliyyətinin səmərəliliyini – müəssisə ilə müqaisə də – daha da yüksəldir. İstehlakçı ilə bir başa təmas quran firma istehsal etdiyi məhsul üçün yarana bilən iradları dolayısı ilə deyil (vasitəçilər vasitəsi ilə deyil) bir başa istehlakçıdan öyrənir və onları nəzərə alır. Bu halda mübahisələrin həllində yalnız 2 tərəf – istehsalçı və istehlakçı – iştirak edir və problemin həlli sürətlənir. Çünki hər hansı mübahisənin həllində tərəflərin çoxluğu problemin çözülməsi işini çətinləşdirir. Sırf nəzəri baxımdan isə istehsalçının öz məhsulunu bazara özünün

çıxarması təklif tərəflə tələb tərəfi birbaşa «üzləşdirir». Bu halda bazarı idarə edən təklif və tələb qanunlarının prinsiplərini – tələblə təklifinin tarazlığını – daha asan nəzərə almaq olur.

Bütün yuxarıda qeyd edilənləri nəzərə almaqla müəssisə və firmaya necə tərif vermək olar?

Müəssisə, iqtisadiyyatın əsası olmaqla mənfəət əldə etmək məqsədilə məhsul istehsal edən, iş görən və xidmətlər göstərən, texniki-texnoloji, təşkilati və iqtisadi vəhdətə malik olan, hüquqi şəxs statuslu istehsal vahididir.

İstehsal firması – məqsədi mənfəət əldə etmək, bir və ya bir neçə müəssisədən ibarət olan, məhsul istehsal edən, sənaye xarakterli iş görən və xidmətlər göstərən, məhsulunun satışını özü həyata keçirən, innovasiya fəaliyyətini və qiymət siyasətini, bazarda rəqabət mübarizəsini özü aparan, mənfəətin bölgüsündə iştirak edən hüquqi şəxs statuslu bazar iqtisadiyyatının ilkin təsərrüfat subyektidir.

2. «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı və predmeti

İnsan fəaliyyətinin sferalarından biri kimi, elmin funksiyası həqiqətlər haqqında obyektiv nəzəri biliklərin işlənməsi və onların sistemləşdirilməsindən ibarətdir. XX əsrin ortalarından elm məhsuldar qüvvələrin ünsürlərindən birinə çevrilmişdir. «Dördüncü» ünsür statusu alan elm «muxtariyyət»də olmayıb, məhsuldar qüvvələrin «klassik» ünsürlərinin – əmək vasitəsi, əmək predmeti və iş qüvvəsinin substansiyasına daxil olmuş və onlara yeni keyfiyyət, inqilabi vüsət vermişdir.

Elm – həqiqətlərin, hadisə və proseslərin praktiki cəhətdən dərk edilmə üsullarının ayrılmaz tərkib hissəsi olmaqla o, həm də biliklər istehsalçısı kimi insan fəaliyyətinin spesifik formalarındandır.

Əgər maddi istehsalın həm miqyasca (kəmiyyətə) genişləndirilməsində və həm də səmərəliliyinin (keyfiyyətə) yüksəldilməsində biliklər bir vasitə kimi istifadə edilirsə, bunlara nail olmaq üçün mütərəqqi texnoloji proseslərin, maşın və avadanlıqların layihələndirilməsi, istehsalın mükəmməl təşkili sxeminin nəzəri cəhətdən əsaslandırılması isə elmin bilavasitə məqsədidir.

Elm bütövlükdə, şərti olaraq, 3 böyük qrupa – təbiət, ictimai və texniki – bölünür. İctimai elmin mühüm sahələrindən biri də,

tədqiqat obyektı iqtisadi hadisə və proseslər, istehsal münasibətləri olan iqtisad elmidir. Bu elm özünün ixtisaslaşmış sahələri ilə iqtisadiyyatın bütün səviyyələrində mövcud olan qanun və qanunauyğunluqları həm nəzəri və həm də tətbiqi baxımdan təhlil və tədqiq etməklə, alınan nəticələri ümumiləşdirməklə məşğul olur.

İqtisad elminin müstəqilləşmiş sahələrindən biri də – təbii ki, özünün tədqiqat obyektı və predmeti olan – «Firmanın iqtisadiyyatı» elmidir.

Məlum oduğu kimi, hər hansı bir ixtisasdan mütəxəssis hazırlanması prosesində – tələbələrin elmi-nəzəri və empirik biliklərlə silahlandırılmasında – mükəmməl tədris proqramları əsasında yazılmış dərsliklərin əhəmiyyəti çox böyükdür. Firmanın iqtisadiyyatına həsr olunmuş dərslik də, bu baxımdan istisnalıq təşkil etmir.

İki yunan sözünün – «oykos» (ev, təsərrüfat) və «nomos»un (qanun, qayda) birləşməsindən əmələ gələn «Oykonomiya»nın Azərbaycan dilinə tərcüməsi «təsərrüfata rəhbərlik» mənasını verir. Lakin bununla yanaşı «Oykonomiya» sözü rus dilinə «Ekonomika», Azərbaycan dilinin lüğət fonduna isə mənşəyinə görə ərəb sözü olan «İqtisadiyyat» kimi qəbul olunmuşdur.

Əgər iqtisadiyyat bir tərəfdən insanların çox geniş miqyaslı fəaliyyət və onların maddi və sosial ehtiyaclarını təmin edən yeganə təsərrüfat sferasıdırsa, digər tərəfdən o, həm də, elm sahələrindən biridir. «İqtisadiyyat» bir elm sahəsi kimi bazar strukturlarının və cəmiyyətin təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyət mexanizmini, onların qarşılıqlı əlaqə, asılılıq və təsirlərini tədqiq edir, öyrənir.

İqtisadi həyatın əsas proseslərinin mahiyyətini, ən ümumi iqtisadi qanun və qanunauyğunluqları, iqtisadiyyatın tənzimlənməsinin nəzəri məsələlərini «İqtisadi nəzəriyyə» elmi öyrənir. «İqtisadi nəzəriyyə»nin tədqiqat obyektinin əsasını iqtisadi inkişaf, bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının və ayrı-ayrı təsərrüfat strukturlarının fəaliyyət məsələləri, iqtisadi siyasətin prinsiplərinin elmi-nəzəri cəhətdən öyrənilməsi təşkil edir. Ümumiyyətlə, nəzəri elmlərin tədqiqat obyektı, bütün hallarda, tarixən, elmin özü olmuşdur.

Əgər iqtisadiyyatın nəzəri əsaslarını «İqtisadi nəzəriyyə» elmi tədqiq edirsə, praktiki və ya tətbiqi cəhətlərini isə konkret iqtisad elmləri öyrənir. İqtisadiyyatın həm tədqiqi və həm də idarə olunması baxımından

o («İqtisadi nəzəriyyə»), özünün 4 tərkib hissəsinə bölünür: «Makro» və «Mikro» iqtisadiyyat, «Mezoiqtisadiyyat» və «Meqoiqtisadiyyat».

Makroiqtisadiyyat məcmuu təklif və tələbin formalaşması, milli gəlirin və ümumi milli məhsulun istehsalı dinamikasındakı dəyişiklikləri tədqiq etməklə, hökumətin büdcə və Mərkəzi Bankın pul siyasətinin iqtisadi artıma, inflyasiyaya, işsizlik problemlərinə, beynəlxalq ticarətin inkişafı və qiymətin səviyyələrinə təsirlərini öyrənməklə məşğul olur.

Dövlət makroiqtisadi göstəricilərin vasitəsilə ölkə iqtisadiyyatını tənzimləyir, onların əsasında perspektiv üçün özünün iqtisadi siyasətini müəyyən edir.

Makroiqtisadiyyat elminin vəzifəsi – metodoloji baxımdan – obrazlı desək, iqtisadiyyatı «yüksəkdən» müşahidə, tədqiq və təhlil etmək, ona (iqtisadiyyata) qlobal (ümumi) miqyasda yanaşmaqdır. Daha doğrusu, **makroiqtisadiyyat elminin (kursunun) predmeti ölkə iqtisadiyyatının müəyyən müddət intervalında inkişafı və ya tənəzzülünün, milli pulun əcnəbi ölkələrin pulları ilə müqayisədə məzənnəsinin, işsizliyin, ticarət balansının (məcmuu ixrac çıxılışın məcmuu idxal) və s. dəyişməsi səbəblərini tədqiq və təhlil etmək, öyrənməkdir.**

Makroiqtisadi tədqiqat və təhlil işi ya bütünlükdə milli iqtisadiyyat səviyyəsində, ya da onun sahələri – sənaye, kənd təsərrüfatı, rabitə, nəqliyyat və s. üzrə, həm ayrı-ayrılıqda və həm də onların qarşılıqlı iqtisadi və təsərrüfat əlaqələri şəraitində aparılır.

Makroiqtisadiyyat ölkənin iqtisadi həyatında baş verən yüz minlərlə xüsusi halları deyil, məcmuu, ən ümdə meylləri tədqiq və təhlil edir. Başqa sözlə, makroiqtisadiyyat çoxsaylı müəssisələrin fərdi təsərrüfat tədbirlərini və bunların nəticələrini ayrı-ayrılıqda deyil, yekun halında özünün predmeti kimi seçir, araşdırır, təhlil edir və öyrənir. Bununla belə, makroiqtisadiyyat müəssisə və firmaları, onların fərdi təsərrüfat qərarlarını və bazardakı birgə fəaliyyətlərini öyrənən mikroiqtisadiyyatın əsaslarına söykənir. Lakin, artıq qeyd olunduğu kimi, çoxsaylı fərdi qərarların öyrənilməsinin qeyri-mümkünlüyü səbəbindən makroiqtisadiyyat, ilk əvvəl, təhlil vasitəsilə müəssisələrdən birini – nümunəvi təmsilçini müəyyən edir. Orta iqtisadi potensialına və göstəricilərinə görə başqalarını təmsil edə biləcək bu müəssisənin (firma, ev təsərrüfatı) iqtisadiyyatındakı meyllərin müxtəlif iqtisadi variantları da öyrənilir.

Bundan sonra, təmsilçi müəssisənin (firmanın) iqtisadi göstəriciləri qalan bütün təsərrüfat subyektlərinə də şamil edilir və ölkə iqtisadiyyatının ümumi göstəricilərindəki (məhsul istehsalı, qiymətin səviyyəsi və s.) dəyişikliklər aşkar olunur, mühüm istehsal amilləri arasındakı qarşılıqlı təsir və asılılıq müəyyənləşdirilir. Bu, makroiqtisadiyyatın əsas tədqiqat metodudur. Dövlət isə təhlildən alınmış nəticələr əsasında iqtisadiyyatın tənzimlənməsi məqsədilə tədbirlər işləyib hazırlayır, özünün iqtisadi siyasətində təshihlər aparır.

Makroiqtisadiyyat elmi ölkə miqyasında baş verən iqtisadi meylləri tədqiq edərkən müəssisə, firma və regionların çoxsaylı məlumatlarına əsaslanaraq ümumi göstəricilərin hesablanmasına nail ola bilər. Bu qəbildən olan göstəricilərdən biri milli gəlir və onun hesablanmasıdır. Makroiqtisadi tədqiqatlarda ölkə iqtisadiyyatında «milli gəlir» göstəricisinin köməyi ilə məhsulun ümumi buraxılışı, gəlir, yığım, investisiyanın həcmi və s. haqqında mötəbər məlumatlar əldə etmək mümkün olur. Milli gəlirin hesablanması «texnologiya»sını düzgün dərk etmək isə metodoloji aspektdə «Makroiqtisadiyyat» elminin təməl prinsiplərindən biridir.

Mikroiqtisadiyyat elmi isə iqtisadiyyatın istehsal sahələri, müxtəlif müəssisə və ya istehsal firmaları, əmtəə və maliyyə bazarları, bankları, ev təsərrüfatı kimi iqtisadi strukturları və onların ünsürlərinin fəaliyyətini tədqiq edir. Lakin Mikroiqtisadiyyat üçün, bunlardan heç birinin əhəmiyyətini azaltmadan, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında istehsal firmalarının və ev təsərrüfatının əhəmiyyəti çox önəmlidir, bu, şəxsiz belədir. Çünki istehsal firmalarının və ev təsərrüfatının iqtisadi inkişafı makroiqtisadiyyatın bütün göstəricilərinə – tələb və təklif, milli gəlir, məşğulluq, qiymət, inflyasiya, xarici ticarət və s. – müsbət planda təsir göstərir və onların dinamikasında baş verən dəyişikliklərdə həlledici rol oynayırlar. Beləliklə, müəyyən şərtlilik daxilində mikroiqtisadiyyatın tərkibini qarşılıqlı əlaqə və asılılıqda olan 2 mühüm sektora bölmək olar: istehsal firması (müəssisə) və ev təsərrüfatı.

Ev təsərrüfatı insanların fəaliyyət göstərdikləri 3 iqtisadi subyektdən – dövlət, firma (müəssisə), ev təsərrüfatı - biridir.

Ev təsərrüfatı – iqtisadi fəaliyyətin əsas sferalarından biri olub, iqtisadiyyatı istehsal resursları ilə, xüsusilə, iş qüvvəsi ilə təmin edən və bunun müqabilində əldə olunan pul vəsaiti ilə əmtəə və istehsal

xarakterli xidmətləri satın almaqla insanların maddi tələbatlarının ödənilməsinə sərf edən iqtisadi subyektdir.

Miqyasının məhdudluğu baxımından, daha doğrusu, sözün dar mənasında «ev təsərrüfatı» özünə məhsul istehsal edən və müxtəlif sayda insanlardan ibarət olan ailənin təsərrüfatı deməkdir. Bu bir neçə nəslı birləşdirən və birgə yaşayan, müəyyən iqtisadi resurslara malik olan və habelə müəyyən mülkiyyət sahibi olub təsərrüfatla məşğul olan bir nəfərdən də ibarət ola bilər.

Miqyasının genişliyi mənasında ev təsərrüfatı milli iqtisadiyyatın tərkib hissəsi və eyni zamanda onun fəaliyyətinin aparıcı qüvvələrindən biri olub məhsul istehsal etmək, xidmətlər göstərmək üçün ictimai istehsalın (ölkə iqtisadiyyatının) iş qüvvəsi və digər resurslarla təminatçısıdır. Digər resurslar dedikdə, məsələn, buraya hər bir şəxsən dövlət büdcəsinə özünün gəliri müqabilində ödədiyi vergi, aldığı əmək haqqının müxtəlif əmtəələrin alınmasına xərcləməklə dövlətin maliyyə resurslarının formalaşmasını və s. göstərmək olar. Dövlət isə öz tərəfindən ev təsərrüfatının – üzvlərini tələbni təqaüdlə təmin edir, şagirdin təmənnasız təhsil almasına qərar verir, yaşlılara pensiyaların verilməsinə zəmin tutur – bu kimi qayğıları öz üzərinə götürür. Belə qarşılıqlı əlaqələr, nəticə etibarilə, milli iqtisadiyyatın əsasını təşkil edən subyektlərdən biri kimi ev təsərrüfatının heyətinin rifahının yaxşılaşdırılması üçün şərait yaratmaqda dövlətin rolu təkzib olunmazdır və həlledicidir.

İstehsal firmaları (müəssisələr) ilə ev təsərrüfatının qarşılıqlı əlaqələrinə gəldikdə isə, göstərmək lazımdır ki, ev təsərrüfatı, mülkiyyətçisi olduğu kapital, torpaq və təkrar istehsalı ilə məşğul olduğu iş qüvvəsi kimi resursları firmalara satmaqla əvəzində onlardan müxtəlif əmtəələr və xidmətlər alırlar. Firmalar isə özünün satdığı əmtəə və xidmətlər müqabilində əldə etdiyi pulu ev təsərrüfatlarından istehsal resursları almağa sərf edirlər. Beləliklə «nə istehlak olunmalı» və «nə istehsal edilməlidir» məsələlərini məhz ev təsərrüfatı həll edir. Ev təsərrüfatının təklif etdiyi resursların həcmi firmaların istehsal proqramını, investisiya fəaliyyətini müəyyən edir, onları əsaslandırmaq üçün həlledici şərt olur. Əgər firma nə istehsal edəcəyini özü nizama salırsa, ev təsərrüfatı isə nələri istehlak edəcəklərini əvvəlcədən planlaşdırırlar. Bir sözlə, ev təsərrüfatı ilə firmalar birlikdə istehsal resursları ilə yaradılan məhsulların hərəkətini təmin edir, uzlaşdırır və bu proseslər fasiləsiz olaraq təkrarlanır.

Onu da qeyd etmək vacibdir ki, mikroiqtisadiyyatla makroiqtisadiyyat arasında qarşılıqlı təsir və asılılıq vardır. Beləki, makroiqtisadi sabitlik mikroiqtisadiyyatın inkişafı üçün həlledici şərtlərdən biridir.

Mikroiqtisadiyyatın inkişafı isə, artıq qeyd edildiyi kimi, makroiqtisadiyyatın işsizlik (məşgullük), infilyasiya, beynəlxalq ticarət, iqtisadi artım kimi problemlərinə müsbət planda təsir göstərir.

Makroiqtisadi tədqiqat və təhlil işi ya bütünlükdə milli iqtisadiyyat üzrə, ya da onun sahələrinin – sənaye, kənd təsərrüfatı, tikinti, nəqliyyat, rabitə və s.-nin həm ayrılıqda və həm də onların qarşılıqlı təsir və əlaqələri vəziyyətində aparılır.

Göstərmək lazımdır ki, makro – və mikroiqtisadiyyat arasında dəqiq müəyyən edilmiş sərhəd yoxdur. Onlardan hər birində baş verən bir sıra iqtisadi hadisə və proseslər miqyas və kəmiyyətcə müxtəlif olsalar da, məzmun və keyfiyyətinə görə fərqlənmirlər. Elə buna görədir ki, bəzi iqtisadi kateqoriya və göstəricilərdən hər iki səviyyənin iqtisadi təhlili və qiymətləndirilməsində istifadə olunur.

Əvvəllər qeyd olunduğu kimi, iqtisadiyyatın digər tərkib hissələri «Mezo» - və «Meqoiqtisadiyyat»dır.

Mezoiqtisadiyyat – biri-birilə təsərrüfat əlaqələri üzrə bağlı olan sahə komplekslərinin iqtisadiyyatıdır, makroiqtisadiyyatın yarım sistemləridir.

Mezoiqtisadiyyata misal olaraq, nüvəsində kənd təsərrüfatı, «solunda» onu (kənd təsərrüfatını) istehsal vasitələrilə (traktor, kombayn, gübrə və s.) təchiz edən, «sağında» isə onun (kənd təsərrüfatının) məhsullarını emal edən yüngül və yeyinti sənaye müəssisələrindən ibarət olan aqrar-sənaye kompleksini göstərmək olar.

Yanacaq-energetika, metallurgiya, maşınqayırma və hərbi komplekslər də mezoiqtisadiyyatın subyektləridirlər (sonuncu az sayda ölkələrə aiddir).

Meqoiqtisadiyyata gəlicə bu, bütünlükdə dünya iqtisadiyyatı, başqa sözlə, beynəlxalq iqtisadiyyat deməkdir. Dünya ölkələrinin iqtisadi inteqrasiyası genişləndikcə, azad iqtisadi zonalar sayca çoxaldıqca və xüsusilə qloballaşma dərinləşdikcə meqoiqtisadiyyatın tədqiqat obyektı də əhatə baxımından miqyasca artacaqdır. Elə buna görə də, meqoiqtisadiyyatın «İqtisadi nəzəriyyə» elmindəki mövqeyi dəyişəcək, «xüsusi çəkisi» çoxalacaqdır.

İqtisad elmi müəssisə və iqtisadiyyatın sahələri (sənaye, kənd təsərrüfatı, tikinti, nəqliyyat və s.) və onlardan hər birinin inkişaf qanunauyğunluqlarını mövcud istehsal münasibətləri sistemində tədqiq edir və öyrənir. Lakin bununla bərabər, istər ayrı-ayrı maddi istehsal sahələrinin və istərsə də onların müəssisələrinin iqtisadi inkişaf qanunauyğunluqları bir-birindən fərqlənirlər. Fərqləri doğuran səbəb isə həmin sahələrin müəssisələri tərəfindən tətbiq olunan texnoloji istehsal üsullarındakı prinsiplial bənzərsizlikdir.

Ayrı-ayrı sənaye sahələrinə mənsub olan firmaların istifadə etdikləri texnologiyalardakı müxtəliflik burada işləyən istehsal heyətinin peşə tərkibindəki fərqlərə səbəb olur – iki müxtəlif sahənin və, uyğun olaraq, onların firmalarında çalışan fəhlələrin peşə-ixtisas tərkibləri eyni olmur. Buraya habelə müxtəlif sahə müəssisələrinin istehlak etdikləri xammalın və materialların texniki xarakteristikalarındakı fərqləri də (fiziki, kimyəvi və s.) əlavə etsək, onda hər bir sahəyə mənsub olan firmanın başqa bir sahə firmasının iqtisadi məsələlərindəki – həm prinsiplial və həm də prinsiplial olmayan – fərqlərin mövcudluğu heç bir şübhə doğura bilməz. Başqa sözlə, bu o deməkdir ki, **firma və onun mənsub olduğu sahənin iqtisadiyyatı məsələlərinin ümumi oxşarlığı ilə yanaşı, onlar arasında çox fərqli cəhətlər də mövcuddur.** Sahə və istehsal firmasının iqtisadiyyatı bəzi hallarda keyfiyyətə eyni kateqoriya, anlayış və göstəricilərlə səciyyələndirilsə də, onların (sahə və firmanın) miqyaslarındakı fərq bunların kəmiyyətə müxtəlif məzmun daşımalarına səbəb olur. Bütün bunları doğuran əsas səbəb isə istehsal prosesinin və, deməli, məhsul istehsalının sahədə deyil, bilavasitə müəssisələrdə həyata keçirilməsidir. Firma və sahə iqtisadiyyatının tədqiqat obyektlərini və predmetlərini də fərqləndirən də elə budur. **«Firmanın iqtisadiyyatı» elmi müstəqil və habelə konkret elm sahəsi olsa da bütövlükdə sənaye, onun müvafiq sahələri və habelə, ümumiyyətlə, iqtisad elmi ilə sıx bağlılığı və qarşılıqlı əlaqələri mövcuddur.**

Firmalar iqtisadiyyatın ilkin həlqələri olmaqla, həm də onlar, iqtisadiyyatın təməlinə dayanan, inkişaf və səmərəliliyinin yüksəlməsinə də müstəsna rolu olan təsərrüfat subyektləridir. Məhz buna görə də, «Firmanın iqtisadiyyatı» elminin müddəalarının öyrənilməsinin iqtisadiyyat sahələrinin bütün ixtisasdan olan iqtisadçıları üçün çox önəmli

əhəmiyyəti vardır. **Firmanın iqtisadiyyatı məsələlərini dərindən və hərtərəfli mənimsəməyə – iqtisadiyyat sahələrindən hansında işləməsindən asılı olmayaraq – maliyyəçi, marketoloq, menecer, mühasib, statistik və s. öz ixtisaslarını lazımınca dərk edə bilməzlər.**

İqtisadiyyat, artıq qeyd edildiyi kimi, insanların maddi tələbatlarının ödənilməsinə xidmət edən, insanların böyük əksəriyyətinin birbaşa və ya dolayı fəaliyyət sferasıdır və bütün iqtisad elmlərinin tədqiqat obyektidir.

Hər bir firma öz fəaliyyətini bazar münasibətləri əsasında qurmaqla iqtisadiyyatını daha da inkişaf etdirmək və mənfəət əldə etmək məqsədilə daim axtarışda olmalıdır: xərcləri ilə fəaliyyətinin nəticələrini optimal nisbətdə uzlaşdırmalı, investisiyanın yeni formalarını tapmalı, məhsulların istehlakçılara çatdırılmasının səmərəli yollarını müəyyənləşdirməli, düzgün maliyyə, sərəfəli qiymət siyasəti işləyib hazırlamalıdır və s.

Yuxarıda sadalananlara nail olmağın ilkin şərti isə firmanın öz daxili resurslarını səfərbər edə bilmək qabiliyyətindən birbaşa asılı olur.

Firmanın daxili resurslarını, məzmunu və təyinatı baxımından aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olur:

1. İstehsalın resurs təminatını müəyyən edən amillər. Bunlara istehsal amilləri – istehsal əsas fondları (binalar, qurğular, iş maşınları və avadanlıqları, alətlər və s.), dövrüyyə fondları (xammal, material, yanacaq və s.), iş qüvvəsi, torpaq və s. aid edilir. Bunlarsız bu və ya digər əmtəənin istehsalını, istehsal prosesinin baş tutmasını təsəvvür etmək, ümumiyyətlə, qeyri-mümkündür.

2. Firmanın iqtisadi və texniki səviyyəsini müəyyən edən amillər. Bunlara elmi-texniki tərəqqi, istehsalın və əməyin təşkili, istehsal heyətinin ixtisas səviyyəsi, innovasiya fəaliyyəti, investisiya siyasəti və s. aid olunur.

3. Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin səmərəli reallaşdırılması amilləri. Bu amillərə səriştəli marketing konsepsiyası, maddi-texniki təminat, idarəetmə və s. amillər aid edilir.

Firmanın yuxarıda sadalanan daxili resurslarının, istehsalın iqtisadiyyatına təsirləri müxtəlif olsalar da onlarsız keçinmək qeyri-mümkündür.

Yuxarıda göstərilən amillərin hər birinin ayrı-ayrılıqda iqtisadiyyatı (onlardan qənaətlə istifadə), nəticə etibarı ilə, firmanın iqtisadi

diyyatını formalaşdırır, onun inkişaf səviyyəsini və səmərəliliyini müəyyən edir.

Bazar münasibətləri şəraitində iqtisadi fəaliyyətin əsas mərkəzi iqtisadiyyatın mühüm həlqəsi olan firmalara keçir. Çünki **firma – mülkiyyət formasından asılı olmayaraq – ictimai tələbatın ödənilməsi və mənfəət alınması məqsədi ilə məhsul istehsal edən və satan, xidmətlər göstərən hüquqi şəxs kimi müstəqil təsərrüfat subyektidir.** Məhz firmalarda, artıq qeyd olunduğu kimi, cəmiyyət üçün zəruri olan məhsullar istehsal edilir, xidmətlər göstərilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, firma və müəssisələr ölkə iqtisadiyyatının istehsal və təşkilati strukturunu əmələ gətirir və məhz burada əsas iqtisadi proseslər baş verir, istehsalın texnologiyası və keyfiyyəti problemləri kəşişir, iqtisadi və sosial münasibətlər formalaşır, ictimai və xüsusi mənafeələr mövcud olur. İstehsal firmaları müəyyən maddi nemətlər istehsalı məqsədilə müvafiq formada təşkil olunan və istiqamətləndirilən istehsal resurslarının – maddi və əmək resurslarının – mürəkkəb birliyini, qarşılıqlı əlaqə və asılılığını və habelə kəmiyyət asılılığını əks etdirirlər.

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı, əlbəttə firmalardır, daha doğrusu, onların təsərrüfat fəaliyyətidir. Başqa sözlə, kursun tədqiqat obyektı bazar iqtisadiyyatının ilkin həlqəsi və müstəqil təsərrüfatçılıq subyekti olan, öz istehsal fəaliyyətini kommərsiya əsasında quran, maddi istehsalın sənaye sahələrindəki firmalar, müəssisələrdir.

Mövcud istehsal münasibətlərinin doğurduğu obyektiv iqtisadi qanunların firmanın təsərrüfat – kommərsiya fəaliyyətindəki təzahür formaları, mövcud olan ümumi qanunauyğunluqlar, istehsal və qeyri-istehsal amilləri, məhsul istehsalı və xidmətlər göstərilməsinin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi məsələləri **«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun predmetidir.** «Firmanın iqtisadiyyatı» tədris kursunun predmeti – daha geniş mənada – bazarın rəqabət mühitində firmanın təşkilati-hüquqi və təşkilati-iqtisadi növlərinin formalaşması problemlərini, məhsulun və xidmətlərin həcmcə artırılması, istehsal xərclərinin azaldılması, rentabelliyyənin yüksəldilməsi, perspektiv üçün strateji inkişaf məqsədi ilə səmərəli təsərrüfatçılıq metodlarının aşkar olunması və istifadə edilməsi haqqındakı biliklərin öyrənilməsi və öyrədilməsidir.

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun məqsədi firmanın iqtisadiyyatının nəzəri və praktiki məsələlərini, onun iqtisadiyyatının səmərəli idarə edilməsinin qayda və metodlarını öyrənməkdir. Fikrin geniş mənasında «Firmanın iqtisadiyyatı» tədris kursunun öyrənilməsindən məqsəd bazar tipli istehsal firmasının fəaliyyət prinsiplərini və qanunauyğunluqlarının bazarın doğurduğu qanun və prinsiplərin əhatəsində onun (firmanın) davranışını, gələcək gənc mütəxəssislərə sahibkarlığın təşkili, vəzifələrinin müəyyən olunması məsələlərində nəzəri bilikləri və empirik vərdişləri aşılamaqdır. Bununla əlaqədar, «Firmanın iqtisadiyyatı»nın tədris kursu kimi vəzifəsi mövzu üzrə ixtisaslaşmış konkret iqtisad fənlərindən (əməyin iqtisadiyyatı, statistika, maliyyə, mühasibat uçotu və s.) fərqli olaraq bazar iqtisadiyyatının sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas subyekti olan firmanın bütövlükdə iqtisadiyyatı haqqında sistemli və tam təsəvvür yaratmaq, bütün bilikləri onu (kursu) öyrənlərə aşılamaqdır.

Kursun əsas məsələləri isə firmanın iqtisadiyyatının idarə edilməsinin bazar metodlarını, istehsal amillərindən (əmək, əsas və dövriyyə fondları) istifadənin təhlili qaydalarını, firmanın marketing fəaliyyətini, onun investisiya və innovasiya siyasətini və s. öyrənməkdir.

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursu bazar münasibətləri şəraitində özünün malik olduğu istehsal resurslarından hərtərəfli istifadə yollarını, bütövlükdə onun ayrı-ayrı bölmələrinin özünəməxsus texniki-iqtisadi xüsusiyyətlərini, xarici iqtisadi şəraitin tələblərinə uyğun gələn daha səmərəli fəaliyyətinə təsir göstərən amilləri, istehsalın iqtisadi səmərəliliyini yüksəltməyə imkan verən təsərrüfat tədbirlərini öyrənir və öyrədir.

3. Kursun tədqiqat metodları və iqtisad kursları sistemində yeri

Elm özünün inkişaf tarixində həqiqətləri dərk etmək məqsədilə metodologiya, bir çox üsul və metod, qayda və fəndləri işləyib hazırlamış və elmi araşdırmalarda müvəffəqiyyətlə istifadə etmişdir. Bu metodlara sistemli yanaşma, analiz və sintez, ümumidən xüsusiyyə (deduksiya) və xüsusidən ümumiyyə (induksiya) məntiqi keçid, iqtisadi-riyazi metodları və s. aid etmək olar. Dərketmə metodu olan dialektika isə bu metodların köməyi ilə cəmiyyətin, təbiətin və idrakın inkişaf qanunauyğunluqlarını və bu inkişafdakı əlaqələri konkretləşdirir. İqtisadi proses və hadisələrin də düzgün və ətraflı dərk olunması konkret iqtisad

elmləri üçün əsas elmi metod olan dialektik metod vasitəsilə mümkündür, çünki bu metod hadisə və proseslərin fasiləsiz, mütəhərrik vəziyyətdə, ətrafla sıx və qırılmaz ümumi əlaqə, qarşılıqlı asılılıq və qarşılıqlı təsir vəziyyətində öyrənir.

Dialektik metodun köməyi ilə iqtisadi hadisə və proseslərin real inkişafını – kəmiyyət və keyfiyyət dəyişikliklərini və buna səbəb olan daxili ziddiyyətlərin (əksikliklərin vəhdəti və mübarizəsi) mahiyyətini dərk etmək və yeni inkişaf səviyyəsinə qalxmaq naminə onların həlledilmə qaydalarını müəyyənləşdirmək mümkün olur. Bütün bunlara görə də tədqiqat və təhlil işində dialektik metod ən mükəmməl elmi metod hesab edilir.

Yuxarıda qeyd olunanlarla bərabər bütün elmlər (kurslar) kimi «Firmanın iqtisadiyyatı» elminin də özünəməxsus tədqiqat metodları vardır.

«Firmanın iqtisadiyyatı» elminin (kursunun) tətbiqi mahiyyət daşımaması onun araşdırma metodlarının da məzmunca empirik səciyyəli tədqiqat metodlarından istifadəsini daha önəmli edir.

Firmanın iqtisadi məsələlərinin öyrənilməsində statistik müşahidə və müqayisəli təhlil metodları böyük əhəmiyyət kəsb edir. Onlar xüsusi və ümumiləşdirici iqtisadi göstəriciləri toplamağa, firmanın iqtisadi və sosial inkişaf dinamikasını təhlil və onun fəaliyyətinin nəticələrini digər təsərrüfat subyektləri ilə müqayisə etməyə imkan verir.

Müxtəlif ehtimal və proqnozlaşdırma metodları firmanın təsərrüfat strategiyasının hazırlanmasında və bunun köməyi ilə bazarın gələcək konyunkturasına uyğunlaşmağa nail olmaqda və sahibkarlıq qərarlarının qəbulunda istifadə edilir.

Müəssisə iqtisadiyyatının nəzəri və tətbiqi məsələlərinin təhlilində riyazi modellər, təsviri qrafika metodlardan da geniş istifadə olunur.

Bu metodlar – konkret iqtisadi situasiyadan asılı olaraq – ayrı-ayrı iqtisadi göstəricilərin təsir və əks təsir əlaqələrinin düzgün və obyektiv qiymətləndirilməsinə imkan yaradır.

Bazarda yaranan və fəaliyyət göstərən tələb və təklif arasındakı tarazlıq qanunu təkrar istehsalı şərtləndirməkdə və, xüsusilə, iqtisadiyyatın inkişafındakı müvazinəti təmin etməkdə müstəsna əhəmiyyətə malikdir. Dialektik vəhdətdə olan tələb və təklif arasındakı tarazlığın yaranmasında iqtisadiyyatın ilkin həlqəsi olan müəssisə və firmalar həlledici rol oynayırlar. Firma tələb tərəfdən istehlakçı, təklif tərəfdən

isə istehsalçı kimi çıxış edir. **«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun ən ümumi şəkildə vəzifəsi tələb və təklif arasındakı ziddiyyətlərdən törənən və bilavasitə firmanın iqtisadiyyatına aid olan məsələləri öyrənmək və həmin ziddiyyətlərin həlli yollarını tapmaqdır.**

Müəssisə və firmalarda həyata keçirilən istehsal posesi həm təbii-texniki və həm də ictimai elmlər tərəfindən öyrənilir.

Təbii-texniki elmlərin istehsalı tədqiq etmə, öyrənmə meyarı insanların təbiətlə münasibətlərinə, insanlarla təbiət arasında baş verən bir proses kimi yanaşmasıdır. Başqa sözlə, **təbii-texniki elmlər istehsalın maddi ünsürləri olan əmək predmetlərinin, əmək vasitələrinin və istehsal olunan məhsulun xassələrini, habelə istehsal prosesi zamanı xammal və materiallarda baş verən fiziki, texniki və kimyəvi dəyişiklikləri öyrənməklə məşğul olurlar.** Təbiət elmləri habelə – insanla təbiət arasındakı «qarşıdurma»nın bir cəhəti kimi – istehsal prosesinin insan fiziologiyası və psixologiyasına təsiri məsələlərini də tədqiq edirlər.

İctimai istehsalı habelə sosial-iqtisadi elmlər də öyrənirlər. Bu elmlər insanların istehsaldakı münasibətlərini, yaradılan məhsulun onların arasındakı bölgü qaydaları və ölçülərini, istehsalın iş-tirəkiçilərinin sosial-psixoloji və digər ictimai münasibətləri öyrənirlər. Yuxarıda sadalanan ictimai-iqtisadi münasibətləri, əvvəllər qeyd olunduğu kimi, ən ümumi şəkildə iqtisadi nəzəriyyə öyrənir. Həmin ictimai-iqtisadi münasibətlərin ayrı-ayrı tərəflərini isə, şəxslənmiş şəkildə, konkret iqtisad elmləri tədqiq edirlər.

Məlumdur ki, konkret iqtisad elmləri sahə və mövzu nişanələri üzrə ixtisaslaşmışlar.

Sahə nişanəsi üzrə ixtisaslaşmış konkret iqtisad elmlərinin xarakterik cəhəti onlar üçün bu və ya digər sahənin bütövlükdə tədqiqat obyektini kimi seçilməsidir.

Sahə nişanəsi üzrə ixtisaslaşmış konkret iqtisad elmlərinə «Sənayenin iqtisadiyyatı», «Aqrar sənaye kompleksinin iqtisadiyyatı», «Tikintinin iqtisadiyyatı», «Nəqliyyatın iqtisadiyyatı» və habelə «Firmanın iqtisadiyyatı»-nı misal göstərmək olar.

Mövzu nişanəsi üzrə ixtisaslaşmış konkret iqtisad elmlərinin xarakterik cəhəti isə ondan ibarətdir ki, onlar iqtisad elminin bir mövzunu ya bir sahə (habelə müəssisə) miqyasında, ya da sahələrdən bir çoxunun təmsalında öyrənməklə məşğul olurlar. Bunlara misal ola-

raq «İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi», «Menecment», «Əməyin iqtisadiyyatı və sosiologiyası», «Marketinq», «Qiymətqoyma», «Biznesin təşkili», «Maliyyə-kredit» və s.-ni göstərmək olar.

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursu həm sahə, həm də mövzu nişanəsi üzrə ixtisaslaşmış konkret iqtisad kurslarının hamısı ilə qarşılıqlı əlaqə və asılılıqda inkişaf etmiş, özü zənginləşmiş və onları zənginləşdirmişdir.

«Firmanın iqtisadiyyatı» elminin «Makro» - və «Mikroiqtisadiyyat» elmlərilə əlaqə və bağlılığı isə xüsusi qeyd olunmalıdır.

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun iqtisad fənləri arasında yeri və əhəmiyyəti firma və müəssisələrin ölkə iqtisadiyyatının özlünü təşkil etməsi ilə müəyyən olunur. Bütün konkret iqtisad elmləri kimi «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun nəzəri əsasını «Makroiqtisadiyyat» elminin müddəaları təşkil edir. O, artıq qeyd olunduğu kimi, həm sahə və həm də mövzu nişanəsi üzrə ixtisaslaşmış iqtisad elmlərinin hamısı ilə sıx surətdə əlaqədardır.

4. Kursun vəzifələri və məzmunu

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursu «Ümumi iqtisadiyyat» və «Müəssisə iqtisadiyyatı və idarə edilməsi» istiqamətlərinin bütün ixtisaslarından iqtisadçı bakalavr təhsil səviyyəsi üzrə iqtisadçı kadr hazırlığı prosesində tədris olunan əsas fənlərdən biridir.

Kursun vəzifələrindən biri istehsalın idarə olunması və xüsusilə, iqtisadi və hüquqi islahatlardan irəli gələn vəzifələrlə əlaqədar olaraq idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi, dövlətin müəssisə iqtisadiyyatına dair tənzimlənmə tədbirləri və s. bu kimi məsələləri öyrənməkdir.

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədrisində məqsəd tələbələri bazar iqtisadiyyatının ümumi qanunauyğunluqlarının müəssisədə təzahürü xüsusiyyətləri və onun fəaliyyətinə təsiri formaları, təsərrüfat tədbirlərinin həyata keçirilməsinin konkret yolları, texniki, texnoloji və iqtisadi siyasətin planlaşdırılması, istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodologiyası, habelə idarəetmə qərarlarının əsaslandırılması metodları sahəsində təcrübədə təsdiqini tapmış biliklərlə silahlandırmaqdır.

Kursun tədrisində əsas məqsəd iqtisadçı-bakalavrlara bazar münasibətləri şəraitində müəssisələrin iqtisadiyyatının bütün məsələləri haqqında zəruri bilikləri verməkdir.

Oxuculara təqdim olunan bu dərsləyin məzmunu və quruluşu firma və müəssisələrin iqtisadiyyatı ilə bağlı proseslərin qarşılıqlı əlaqə və asılılığı nəzərə alınmaqla məntiqi ardıcılıqla qurulmuşdur.

«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun səmərəli tədrisi və tələbələr tərəfindən asan mənimsənilməsi məqsədi ilə mövzular aşağıdakı bölmələr üzrə qruplaşdırılmışdır.

Dərsləyin «Firma, onun iqtisadiyyatı kursunun tədqiqat obyektı, predmeti və məzmunu» adlanan ilk bölməsində müəssisə və firmanın oxşar cəhətləri və fərqləri haqqında iqtisadi ədəbiyyatda mövcud olan çoxsaylı baxışlar nəzərdən keçirilmiş, onların səhif, doğru olan və habelə mübahisə doğuran cəhətləri göstərilmiş, ümumiləşdirmələr aparılmış və nəticələr çıxarılmışdır; müəssisənin firmaya çevrilməsinin ilkin həlledici şərtləri – kommersiyalaşdırılması və restruktürizasiyası – səciyyələndirilmişdir. Burada iqtisadiyyatın həm elmi-nəzəri, empirik və həm də metodoloji baxımdan tədqiqi və səmərəli idarə edilməsinin təşkili üçün o, özünün 4 tərkib hissəsinə bölünmüşdür – «Makro» və «Mikro» iqtisadiyyat, «Mezo» və «Meqo» iqtisadiyyat. Bunlardan hər birinin ayrılıqda məzmunları açılmış, tərifləri verilmiş, onlar müqaisə olunmuş, əlaqələri göstərilmiş və bunların milli iqtisadiyyatın inkişafındakı rol və əhəmiyyəti göstərilmişdir. Bu bölmədə habelə «Mikro iqtisadiyyat»ın tərkib hissəsi olan «ev təsərrüfatı»na xüsusi yer verilmişdir. Daha sonra isə «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı və predmeti şərh olunmuş və əsaslandırılmışdır. Bölmənin sonunda kursun məzmunu, vəzifələri və quruluşu verilmişdir.

«İstehsal firmalarının təsnifatı, quruluşu və formaları» adlanan II bölmədə, ilk öncə, firmaların təsnifatı verilmiş, bazar iqtisadiyyatı şəraitində onların məqsəd və vəzifələrinin müəyyənəşdirilməsinə, onların bazar əlaqələrinin öyrənilməsinə xüsusi yer verilmişdir. Burada habelə firmaların quruluşuna və onu müəyyən edən amillərə xüsusi diqqət yetirilmişdir. Məlumdur ki, bazar iqtisadiyyatına keçidlə bağlı özəlləşdirmənin həyata keçirilməsi, iqtisadiyyatda və sənaye müəssisələrində sahibkarlıq fəaliyyəti geniş vüsət almışdır. Bu səbəbdən də kitabın bu bölməsində sahibkarlıq, onun inkişaf mərhələləri, firmaların təşkilatı-hüquqi və təşkilatı-iqtisadi formaları və firmanın xarici və daxili mühitinin öyrənilməsinə lazımınca yer verilmişdir.

Dərsləyin III bölməsi «İstehsal firmasında istehsal prosesi və istehsalın ictimai təşkili formaları» adlanır. Burada istehsal prose-

sinin mahiyyəti, istehsal tsikli və onun tərkibi, firmada istehsal prosesinin təşkili və onun formaları şərh olunmuşdur. Bundan sonra isə istehsalın ictimai təşkili formaları olan təmərəküzləşdirmə, ixtisaslaşdırma və kooperasiyalaşdırma, kombinələşdirmənin mahiyyəti açılmış, onların səviyyəsini və səmərəliliyini xarakterizə edən göstəricilər öyrənilmişdir; istehsalın ictimai təşkili formalarının əsasında ictimai əmək bölgüsünün dayandığı xüsusi vurğulanmışdır.

Kitabın **«Firmanın istehsal resursları və onlardan səmərəli istifadənin zəruriliyi» adlanan IV bölməsi** həm şərh olunmuş məsələlərin əhatə miqyasına və həm də firmanın iqtisadi inkişafındakı roluna görə çox önəmlidir. Burada, ilk öncə, firmanın kadrları, onun tərkibi, idarə edilmə xüsusiyyətləri, əməyin məhsuldarlığı və onun ölçülmə metodları, əməyin normalaşdırılması, əmək haqqı və onun ödənilməsinin forma və sistemləri öyrənilmişdir. Bundan sonra istehsal resurslarının mühüm tərkib hissəsi olan istehsal əsas fondlarına xüsusi yer verilmişdir: iqtisadi mahiyyəti açılmış, təsnifatı verilmiş, köhnəlməsi və amortizatsiyası şərh olunmuş, istifadə göstəriciləri səciyyələndirilmiş, istehsal gücünün hesablanma metodikasına xüsusi diqqət yetirilmişdir. Bölmənin sonunda firmanın dövriyyə fondları və dövriyyə vəsaitlərinə xüsusi yer ayrılmışdır. Burada, ilk əvvəl, dövriyyə fondlarının iqtisadi mahiyyəti açılmış, ondan istifadə göstəriciləri səciyyələndirilmiş, maddi resursların normalaşdırılması qaydaları izah edilmiş, və sonda, tədavül fondlarının idarə edilməsi məsələsinə xüsusi yer ayrılmış və diqqət yetirilmişdir.

«Firmanın inkişafının idarə edilməsi və planlaşdırılması» məsələləri dərslinin V bölməsində öyrənilmişdir. Bölmənin əvvəlində firmanın idarəetmə mexanizmi, onun prinsipləri, funksiyaları, metodları və bunların tətbiqi istiqamətləri və habelə idarəetmə mexanizminin təşkilat quruluşu izah olunmuşdur. Bundan sonra isə firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılması, onun metodları, inkişaf planının bölmələri və inkişaf proqramının tərtibi məsələləri yə-tərincə şərh olunmuşdur. Firmanın miqyasca inkişafında investisiya qoyuluşu həlledici əhəmiyyət kəsb etdiyindən ki, bölmənin əvvəlində investisiyanın mahiyyəti və növləri, tərkibi və quruluşu, investisiya layihələrinin qiymətləndirilməsi metodları və səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolları geniş şəkildə şərh edilmişdir. Bundan sonra bu

bölmədə firmanın fəaliyyətində ciddi keyfiyyət dəyişikliklərinə səbəb olan innovasiyanın texnoloji və iqtisadi imkanları, innovativ inkişafın mərhələləri, innovasiyanın iqtisadi səmərəliliyi haqqındakı elmi biliklər və müddəalar öz əksini tapmışdır.

Burada habelə firma məhsullarının keyfiyyəti, standartlaşdırılması və sertifikatlaşdırmanın təşkilatı-iqtisadi məsələləri şərh olunmuşdur: məhsul keyfiyyətinin göstəriciləri, keyfiyyətin yüksəldilməsi iqtisadi inkişafın yolu kimi, məhsulun rəqabətqabliyyəti, məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi, standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma və habelə bu qəbildən olan digər məsələlər öz əksini tapmışdır.

Kitabın **VI bölməsi «Firmanın marketing fəaliyyəti, maddi-texniki təminatı və məhsul satışı»** məsələlərinə həsr olunmuşdur. Bu bölmədə firmanın marketing fəaliyyətinin xüsusiyyətləri, bazarın tədqiqində və segmentləşdirilməsində, firmanın təsərrüfat-kommersiya fəaliyyətinin bazardan idarə edilməsindəki rolu və əhəmiyyəti öyrənilmişdir. Bunun ardınca firmanın maddi-texniki təminatı, onun istehsal vasitələrinə tələbatının hesablanması metodları, istehsal ehtiyatlarının idarə edilməsi üsulları, maddi-texniki təminatın formaları və firmanın icarə münasibətlərinə (lizinq, franşayzinq və s.) xüsusi yer verilmişdir. Bölmənin sonunda isə firmanın təsərrüfat fəaliyyətinin finiši kimi məhsulunun satışı, bu iş üzrə onun siyasəti, işin əsas icraçısı kimi satış şöbəsinin funksiya və vəzifələri, məhsul satışının səmərəli təşkili kimi məsələlər izah olunmuşdur.

Dərsliyin VII bölməsi «Firmanın istehsal xərcləri, qiymət siyasəti, gəlirləri və fəaliyyətinin səmərəliliyi» adlandırılmışdır.

Bölmənin əvvəlində firmanın istehsal xərcləri və maya dəyərinin mahiyyəti, onların qarşılıqlı əlaqələri, vəhdəti və fərqləri verilmiş, maya dəyərinin göstəriciləri, maya dəyərinin idarə edilməsi və aşağı salınması yolları göstərilmişdir. Bundan sonra firmada qiymətin əmələ gəlməsi ilə bağlı qiymətin funksiyaları və növləri, firmanın qiymət siyasəti, strategiyası, firmada qiymətqoyma kimi suallar aşkarlanmışdır. Bu bölmənin növbəti məsələsi firmanın maliyyəsi, gəlirləri və mənfəəti kimi məsələləri əhatə etmişdir. Bölmənin sonunda isə firmanın təsərrüfat-kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi və sosial səmərəliliyinin hesablanması metodoloji məsələlərinə lazımınca diqqət yetirilmişdir.

Nəhayət, dərsliyin **«Firmanın xarici iqtisadi əlaqələri» adlanan sonuncu, VIII bölməsində** bu fəaliyyətin növləri, firmanın idxal-

ixrac əməliyyatları, fəaliyyətin tənzimlənməsi vəzifələri, firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin səmərəli təşkilində kömrük siyasətinin rolu və əhəmiyyəti kimi məsələlərə lazımınca diqqət yetirilmişdir.

Dərsləyin müəllifi belə hesab edir ki, «Firmanın iqtisadiyyatı» dərsləyinin təklif edilən məzmununda və quruluşda təhsilin bakalavr səviyyəsində hazırlanan iqtisadçılara istehsal firmalarının iqtisadiyyatı haqqında zəruri biliklərin mənimsənilməsinə köməklik göstərə biləcəkdir.

Ümumiyyətlə, oxuculara təqdim olunan bu dərsləyin strukturu 8 bölmədən, 21 fəsildən və 102 sualdan ibarətdir.

Nəhayət, dərsləyin sonunda «Firmanın iqtisadiyyatı» kursuna bir başa və dolayısı ilə aid olan məfhum və anlayışların izahlı lüğəti tərtib olunmuşdur; burada 230-a qədər məfhum və anlayışların məzmunları açıqlanmış, onların qısa şərhləri verilmişdir.

Dərsləyin sonunda isə onun yazılmasında istifadə olunmuş ədəbiyyatın siyahısı verilmişdir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Firma haqqında nəzəriyyələrə (neoklassik, instisional, davranma) mövqeniz necədir?

2. Firma və müəssisənin oxşar cəhətləri və fərqlərini izah edə bilərsinizmi?

3. «Makro»- və «Mikroiqtisadiyyat»ın vəhdəti və fərqlərini şərh edin.

4. Makroiqtisadiyyatın inkişafında ev təsərrüfatının yeri və rolu haqqında nələri söyləyə bilərsiniz?

5. «Firmanın iqtisadiyyatı» kursu nəyi öyrənir və onun tədqiqat obyektı nədir?

6. «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat metodlarını izah edə bilərsinizmi?

7. «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun məzmunu, vəzifələri və quruluşun aydınlaşdırın.

BÖLMƏ II

İSTEHSAL FİRMALARININ TƏSNİFATI, QURULUŞU VƏ FORMALARI

Fəsil 2. İstehsal firmalarının təsnifatı, quruluşu və formaları

1. İstehsal firmalarının təsnifatı
2. İstehsal firmasının quruluşu və onu müəyyən edən amillər
3. Sahibkarlıq və firmanın (müəssisənin) təşkilati-hüquqi formaları
4. Sahibkarlığın təşkilati-iqtisadi formaları, firmanın xarici və daxili mühiti
5. Firmanın yaradılması və ləğvi qaydaları

1.İstehsal firmalarının təsnifatı

Müxtəlif sahələrə mənsub firma və müəssisələrdə istehsal prosesi və onun həyata keçirilməsi şəraitləri bir-birindən fərqlənir. Bu səbəbdən də, ayrı-ayrı müəssisələrdə istehsalın təşkili və idarə edilməsi, əməyin və material-enerji ehtiyatlarının normalaşdırılması, əməyin ödənilməsinin təşkili və s. bu kimi məsələlər müxtəlif olur. Bütün bunlara görə də, istehsal firmaları və ya sənaye müəssisələri aşağıdakı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir.

Buraxılan məhsulun iqtisadi təyinatına görə bütün sənaye müəssisələri iki əsas qrupa: istehsal vasitələri və istehlak şeyləri istehsal edən sənaye müəssisələrinə bölünür. İstehsal vasitələri istehsal edən sənaye müəssisələrinə – metallurgiya, energetika, maşınqayırma, kimya sənaye müəssisələri və s. aiddirlər. Bu sahələrin müəssisələri elmi-texniki tərəqqi əsasında həm özlərinin və həm də ümumiyyətlə istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsində və intensivləşdirilməsində həlledici rol oynayırlar. Başqa sözlə, həmin müəssisələr elmi-texniki tərəqqinin maddi əsası, bələdçiləri və deməli, təminatçılarıdır.

Əhalinin maddi və mədəni həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılması, əsasən, istehlak şeyləri istehsal edən firma və müəssisələr tərəfindən həyata keçirilir. Belə müəssisələrə misal olaraq, yeyinti və yüngül sənaye sahələrinin müəssisələrini göstərmək olar.

İstehsal etdikləri xammal və materialların xarakterinə görə hasiledici və emaledici sənaye müəssisələri fərqləndirilir. Hasiledici müəssisələr təbiətin vermiş olduğu sərvətləri – təbii sərvətləri – əldə edirlər. Bu növ müəssisələrə misal olaraq, neft, qaz, dəmir filizi və s. hasil edən müəssisələri göstərmək olar. Emaledici sənaye müəssisələri isə hasiledici sənayenin və kənd təsərrüfatının verdiyi xammalı emal edirlər.

İl ərzində işləmə müddətlərinə görə müəssisələr üç qrupa ayrılır: bütün il boyu fasiləsiz işləyən sənaye müəssisələri (məsələn, domna sobaları, marten peçləri, neftayırma zavodları və s.), bütün il boyu fasiləli işləyən sənaye müəssisələri (məsələn, maşınqayırma zavodları) və mövsümi işləyən sənaye müəssisələri (məsələn, şəkər, konserv, pambıqtəmizləmə və s. zavodlar).

Fəaliyyət miqyasına görə müəssisələr kiçik, orta və iri müəssisələrə bölünürlər. Dünya təcrübəsi göstərir ki, iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsindən asılı olmayaraq müəssisələrin kiçik, orta və iri sahibkarlığa aid edilməsi demək olar ki, bütün bazar iqtisadiyyatı ölkələrində həyata keçirilir. Həm də bu zaman əsas meyar kimi işçilərin sayı qəbul edilir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində işləyən inkişaf etmiş ölkələrdə miqyasına görə kiçik, orta və iri firmalar (müəssisələr) eyni zamanda, paralel olaraq fəaliyyət göstərirlər.

İri müəssisələrin orta və kiçiklərə nisbətən üstünlüyü onların güclü maliyyə vəsaitlərinə, maddi və əmək resurslarına malik olmaları ilə izah edilir. Belə firmalar elmi-texniki işləmələr aparmağa, özlərinin texnoloji istehsal üsullarını dəyişdirməyə, istehsal heyətinin ixtisas dərəcəsini və ya təhsil senzini yüksəltməyə qadir olan təsərrüfat subyektləridirlər. Lakin bütün bunlara baxmayaraq – tətbiq sahəsi düzgün müəyyən olunduğu təqdirdə – orta və kiçik sahibkarlıq cəmiyyətin ehtiyaclarının ödənilməsində əhəmiyyətli dərəcədə rol oynaya bilirlər.

Kiçik firmalar bir çox hallarda özlərindən başqa iri firmalarda rəqabət apara bilirlər. Onlar bazar konyunkturasının dəyişməsinə qarşı həsas olur, az kapital sahibi olduqlarından iri firmaların təsirlərinə tab gətirə bilirlər.

Kiçik firmaların iri firmalarla əməkdaşlığı nəinki mümkündür, hətta – düzgün koordinasiya olunduqda – hər 2 tərəf üçün faydalıdır. İri firmalar üçün hissə, bağlama, tərtibat, alət və s. üzrə ixtisaslaşmış kiçik firmalar öz müstəqilliklərini saxlamaqla iqtisadi inkişaflarında onlardan geri qalmırlar.

Müxtəlif ölkələrin müxtəlif maddi istehsal sahələrində iri, orta və kiçik firmaların işləyənlərin sayına görə müəyyən olunma meyarı fərqlənirlər. Kiçik, orta və iri müəssisələrin müəyyən edilməsində işçilərin say həddi Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə aşağıdakı kimi təsbit olunmuşdur (cədvəl 2.1).

Cədvəl 2.1

Müəssisələrin işçilərin sayına görə qruplaşdırılması

Sahə mənsubiyyətinə görə müəssisələrin növləri	İşçilərin sayına görə qruplaşdırma		
	kiçik	orta	iri
Sənaye	50	51-300	300-dən çox
Nəqliyyat	15	16-75	75-dən çox
Tikinti	25	26-150	150-dən çox
Ticarət	10	11-50	50-dən çox
Xidmət sahələri	10	11-50	50-dən çox

Cədvəldən görüldüyü kimi, işçilərin say hədləri müxtəlif sahələrin müəssisələri üçün müxtəlifdir. Məsələn, sənayedə bu interval 50; 51-300 və 300-dən çox kimdirsə, ticarətdə 10; 11-50 və 50-dən çox həddində müəyyən edilmişdir.

Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta firmaların sayı ilbəl artmaqdadır. Bunun nəticəsidirki hal-hazırda sənayenin hər 10 müəssisəsindən 9-u kiçik və orta, yalnız 1-i iri müəssisələrdir.

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti özünün «İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə kiçik sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarlarının hədləri» haqqında 20.04.2004-cü il tarixli 57 sayılı qərarı ilə kiçik müəssisələrə işçilərinin sayı və illik dövriyyəsinin həcminə görə yenidən baxmış və qruplaşmanı aşağıdakı kimi müəyyən etmişdir: sənaye – işçilərin sayı 40 nəfər, illik dövriyyənin həcmi 200 min manat; kənd təsərrüfatı – işçilərin sayı 15 nəfər, illik dövriyyənin həcmi 100 min manat; tikinti – işçilərin sayı 40 nəfər, illik dövriyyənin həcmi 200 min manat; topdansatış ticarət – işçilərin sayı 10 nəfər, illik dövriyyənin həcmi 300 min manat; sair müəssisə-

lər – işçilərin sayı 5 nəfər, illik dövriyyənin həcmi 100 min manata qədər.

Qeyd etmək lazımdır ki, bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə orta və kiçik firmaların milli iqtisadiyyatın inkişafında, əhalinin sənaye məhsullarına və istehsal xarakterli xidmətlərə ehtiyaclarının ödənilməsində rol və əhəmiyyətləri çox önəmli miqyas almışdır. Məsələn, ABŞ və Yaponiyada orta və kiçik firmaların ölkənin ÜDM istehsalındakı payları 50 faizdən çoxdur. Yaxud məşğul olanların sayında İtaliyanın orta və kiçik firmalarının payı 73 faiz, Yaponiyada 78 faizdir və s.

Sosial və iqtisad inkişafın sürətləndirilməsində kiçik və orta firmaların imkanları bunu göstərir ki, bu qəbildən olan sahibkarlıq gələcək dövrlərdə də inkişaf etdirilməlidir.

İxtisaslaşdırılma dərəcəsinə görə firmalar ixtisaslaşdırılmış, universal və qarışıq firmalara ayrılır. İxtisaslaşdırılmış firmalarda hazırlanma texnologiyasına görə oxşar, konstruktiv quruluşuna görə eyni və istehsalı mütəmadi olaraq təkrarlanan məmulatlar hazırlanırsa, universal firmalarda bir neçə adda məmulatlar istehsal olunur və onlar çox hallarda təkrarlanmır və ya vaxtaşırı təkrarlanır. Qarışıq firmalar isə hər iki növün əlamətlərini özündə əks etdirir.

İstehsal mərhələsini əhatə etməsinə görə sənaye müəssisələri üç qrupa ayrılırlar:

a) məhsulun hazırlanmasının bir mərhələsini əhatə edən sənaye müəssisələri; belə müəssisələrə misal olaraq metaləritmə, porşen, şin, diyircəkli yastıq, reduktor, karbürator və s. bu kimi məmulatlar istehsal edən zavodları göstərmək olar;

b) məhsulun hazırlanmasının iki və ya daha çox mərhələsini əhatə edən sənaye müəssisələri; bu növ müəssisələrə əyirmə, toxuma və bəzəkürmə sexləri olan toxuculuq fabriklərini misal gətirmək olar;

c) məhsulun hazırlanmasının bütün mərhələlərini əhatə edən sənaye müəssisələri; belə müəssisələrə misal olaraq avtomobil, traktor, soyuducu və s. bu kimi tamamlanmış məhsullar istehsal edən müəssisələri göstərmək olar.

İstehsalın təşkili tipinə görə sənaye müəssisələrinin üç tipi: kütləvi, seriyalı və fərdi tipləri olur:

– kütləvi istehsal tipli müəssisələrdə həcmcə böyük, lakin həm-cins və istehsalı daima təkrarlanan məhsullar istehsal edilir;

– seriyalı istehsal tipli müəssisələrdə məhsullar seriyalarla buraxılır və onlar müəyyən dövrlərdən bir təkrarlanır;

– fərdi istehsal tipli sənaye müəssisələrində geniş nomenklaturada və çox hallarda istehsalı təkrarlanmayan məhsullar istehsal edilir.

İstehsalın təşkili üsuluna görə fərdi, dəstəli və axınlı istehsal üsuluna malik olan sənaye müəssisələri fərqləndirilir.

Axınlı istehsal üsulu istehsalın təşkilinin ən mütərəqqi üsullarından biridir. Axınlı üsulla təşkil edilmiş müəssisələrə misal olaraq maşınqayırma zavodlarını, metallurgiya və kimya kombinatlarını və s. göstərmək olar.

İstehsalın təşkilinin dəstəli üsulu məmulatların istehsala partiyalarla buraxılması, bir iş yerinə bir neçə əməliyyatın təhkim edilməsi, ixtisaslaşdırılmış avadanlıqla yanaşı universal avadanlıqdan da geniş istifadə olunması və s. əlamətlərlə xarakterizə olunur. Müəssisədə dəstəli istehsal üsulundan seriyalı və kiçik seriyalı istehsallarda istifadə edilir.

İstehsalın təşkilinin fərdi üsulu məhsulun vahid nümunəsinin və ya kiçik partiya halında istehsalını nəzərdə tutur. O, mürəkkəb, unikal (nadir) avadanlığın, xüsusi ləvazimatın və s. istehsalında istifadə olunur.

Mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması dərəcəsinə görə sənaye müəssisələri üç növə: qismən mexanikləşdirilmiş sənaye müəssisələri; kompleks mexanikləşdirilmiş sənaye müəssisələri və avtomatlaşdırılmış sənaye müəssisələrinə bölünürlər.

Mülkiyyət mənsubiyyətinə görə sənaye müəssisələri dörd qrupa: dövlət, xüsusi, kollektiv və qarışıq mülkiyyətə əsaslanan sənaye müəssisələrinə bölünürlər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadi fəaliyyətin idarə olunması, əsasən, firma və müəssisələrdə qəbul edilən fərdi qərarların köməyi ilə həyata keçirilir. Firma və müəssisədə – qarşıya qoyulmuş məqsədlərə və mövcud şəraitə uyğun olaraq – məhdud istehsal resurslarından optimal istifadə olunmaq yolu ilə cəmiyyətin tələbatlarının ödənilməsinin iqtisadi, sosial, maliyyə, texniki və s. məsələləri həll edilir.

Əvvəllər qeyd olunduğu kimi, istehsal firması ölkə iqtisadiyyatının əsası və bazarın subyekti olub, müəyyən mülkiyyət formasına, fərdi və ya kollektiv əməyə əsaslanan, ictimai tələbatı ödəmək və mənfəət əldə etmək məqsədilə məhsul istehsal edən və satan istehsal-

texniki, təşkilati və iqtisadi vəhdətə malik olan, hüquqi şəxs statuslu istehsal-təsərrüfat vahididir.

İstehsal firması və müəssisələrin tərkibinə daxil olan struktur bölmələrinin **istehsal-texniki vəhdətliyi** ya buraxılan məhsulların iqtisadi təyinatının ümumiliyi, ya da onların konstruktiv quruluşları və hazırlanması texnologiyalarının oxşarlığı ilə şərtlənir. Bu, **birincisi**, istehsal proseslərinin qarşılıqlı əlaqələrinə, yəni hər bir xüsusi istehsal texnologiyasının əmək predmetini hazır məhsula çevirə bilən ümumi bir prosesin tərkib hissəsi olmasına əsaslanır. **İkincisi**, həmin vəhdətlik əmək vasitələri və əmək predmetlərinin müəyyən sisteminə söykənir, başqa sözlə, maşınlar (aqreqatlar) dəsti və material-enerji axınlarının kəmiyyət asılılığına və hər bir firma tərkibində nisbətən sabit məkan bağlılığına malik olurlar. **Üçüncüsü, firmanın** istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinə xidmət göstərmək baxımından ümumi olan köməkçi və xidmətedici bölmələrin mövcudluğuna və, əlbəttə, müəssisənin müəyyən əraziyə malik olmasına əsaslanır.

Təşkilati vəhdətlik idarəetmənin, perspektiv, cari və operativ planların, uçot və hesabatın vahid sisteminin, vahid nizamnamənin mövcudluğu ilə müəyyən olunur və bütün müəssisələr özlərinin nizamnamələri əsasında fəaliyyət göstərirlər. Müəssisənin nizamnaməsi, təsisçi bir fiziki və ya bir hüquqi şəxs olduqda onların özləri tərəfindən, təsisçiləri iki və ya daha çox fiziki və hüquqi şəxs olduqda isə onların (təsisçilərin) ümumi yığıncağı tərəfindən təsdiq edilir.

İqtisadi vəhdətlik isə öz əksini firmanın qarşısında duran iqtisadi və sosial vəzifələr, onların həlli üçün cəlb olunmuş istehsal resursları, həmçinin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrinin ümumiliyində tapır. İqtisadi vəhdətlik material-enerji resurslarının və maliyyə vəsaitlərinin bütün növlərinin vahid dövriyyədə birləşdirilməsi ilə əldə olunur. Maliyyə vəsaitləri öz növbəsində, ümumi balansda (maliyyə planında) təsbit edilir.

Firmanın hüquqi şəxs səlahiyyətlərinə malik olması o deməkdir ki, o, müstəqil balansla malik olmaqla, bankda hesab açma və hesablaşma əməliyyatları apara bilər, digər müəssisə, təşkilat və idarələr, həmçinin ayrı-ayrı fiziki şəxslərlə müqavilə münasibətlərinə girə bilər.

Firma hüquqi şəxs kimi iştirakçılarının tərkibindən asılı olmayaraq, prinsipdə, müddətsiz mövcud olur, ayrı-ayrı iştirakçılarının iradələri ilə

üst-üstə düşməyən, müstəqil iradəyə və iştirakçılarının mülkiyyətindən fərqli olan, xüsusiləşmiş mülkiyyətə malik olur, öz əmlakı ilə öz öhdəliklərinə görə müstəqil məsuliyyət daşıyır, öz adından əqdlər bağlayır.

Firma onun təsisçilərinin mülkiyyətindən fərqli olan xüsusiləşmiş əmlaka malikdir və bunun əmələ gəlməsi mənbələri aşağıdakılardır:

- təsisçilərin pul və maddi payları;
- məhsul satışından, görülən işlərdən, göstərilən xidmətlərdən və habelə təsərrüfat fəaliyyətinin digər növlərindən əldə edilən gəlirlər;
- qiymətli kağızların satışından əldə edilən gəlirlər;
- bank kreditləri və digər kreditlər;
- kapital qoyuluşu və büdcədən dotasiyalar;
- hüquqi və fiziki şəxslərin əvəzsiz verdikləri vəsaitlər;
- digər mənbələrdən daxil olan vəsaitlər.

Firma və müəssisədə istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsi məhdud miqdarda istehsal resurslarından istifadəyə dair qərarların qəbul edilməsi ilə əlaqədardır. Qərarların qəbulu səmərəlilik prinsipinə cavab verməli, firma və ya müəssisənin fəaliyyətinə təsir göstərən bütün amilləri nəzərə almalı və qarşıya qoyulmuş məqsədlərə uyğun olmalıdır.

Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin qarşısında duran məqsədlər, qərarların qəbul edilməsi ilə əldə olunması arzu edilən son nəticələri özündə əks etdirir.

Qeyd etmək lazımdır ki, ümumiyyətlə – fikrin məhdud mənasında – firma və müəssisənin yaradılmasının əsas məqsədi onun təsisçilərinin maddi maraqlarıdır, onların rifah halının yaxşılaşdırılmasıdır. Bu isə mənfəətin maksimumlaşdırılması ilə bağlı olduğundan, firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyəti, bütün hallarda, həmin məqsədin reallaşdırılmasına yönəldilir. Elə buna görə də mənfəətin maksimumlaşdırılması xüsusi sahibkarlığın əsas hərəkətverici motividir, onun «lokomotividir».

Əsas məqsədlə əlaqədar firma və müəssisələrin qarşısında konkret vəzifələr qoyulur və bunlara aşağıdakılar aiddirlər:

- ən az xərclə daha yüksək iqtisadi nəticələr əldə etmək;
- buraxılacaq məhsulların keyfiyyətini mütəmadi olaraq yaxşılaşdırmaq və onun rəqabətqabiliyyətini artırmaq;
- innovasiya əsasında yeni növ məhsulların hazırlanmasını və mənimsənilməsini təmin etmək;

- əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə və fondveriminin artırılmasına nail olmaq;
- elmi cəhətdən əsaslandırılmış normativ və normaları işləyib hazırlamaq və ümumiyyətlə, normalaşdırma işlərini təkmilləşdirmək;
- istehlakçıların sifarişlərinin vaxtında və tələb olunan keyfiyyətdə yerinə yetirilməsini təmin etmək üçün zəruri təşkilati-texniki, iqtisadi və digər tədbirləri işləyib hazırlamaq və onları həyata keçirmək;
- müəssisənin rentabelli işləməsinə, material-enerji, əmək və maliyyə resurslarından səmərəli istifadə etməklə məhsulun (işin, xidmətin) maya dəyərinin aşağı salınmasına nail olmaq;
- əmək kollektivinin iş şəraitini yaxşılaşdırmaq və sosial qəbildən olan məsələlərin həlli üçün tədbirlər işləyib hazırlamaq və bunları realizə etmək və s.

2. İstehsal firmasının quruluşu və onu müəyyən edən amillər

Hər hansı bir firmanın və ya müəssisənin səmərəli fəaliyyətinin zəruri şərtlərindən biri onların təkmil istehsal və idarəetmə (funksional) strukturunun formalaşdırılmasıdır.

Firmanın istehsal quruluşu bir-birilə qarşılıqlı surətdə bağlı və asılılıqda olan müxtəlif vəsilələrdən: sexlərdən, istehsal sahələrindən və ayrı-ayrı iş yerlərindən ibarət olur. İstehsal quruluşu onun tərkibinə daxil olan vəsilələr arasındakı kəmiyyət nisbətini ifadə edir. Firma və müəssisənin iqtisadiyyatına aid ədəbiyyatda onun iki növünü: ümumi və istehsal quruluşlarını fərqləndirirlər.

Müəssisənin (firmanın) ümumi quruluşu dedikdə, onun tərkibini təşkil edən həm istehsal, həm də qeyri-istehsal sahələrinin məşğul etdikləri meydançaların, onların işçilərinin sayının, məhsul buraxmaq və xidmət göstərə bilmək qabiliyyətlərinin kəmiyyət nisbətləri nəzərdə tutulur.

İstehsal firmasının istehsal quruluşu dedikdə isə, yalnız istehsal bölmələri – sexlərin, istehsal sahələrinin, xidmət bölmələrinin (məhsul istehsalında birbaşa və dolay yolla iştirak edən bölmələr) arasındakı məcmu qarşılıqlı əlaqələri başa düşülür. Firmanın quruluşu onun təsisçiləri tərəfindən, müəssisədaxili bölmələrin (məsələn, sexlərin) quruluşu isə müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən müəyyən edilir. **Firmanın istehsal quruluşu istehsal bölmələri arasındakı nisbətləri və qarşılıqlı əlaqələri, sexlər və istehsal sahələri arasında əmək**

bölgüsünü (kooperasiyanı), məhsul buraxılışında onların rolunu və əhəmiyyətini müəyyən etməyə imkan verir.

Təsərrüfatçılıq praktikasında firmanın istehsal quruluşunu və on-da baş verən dəyişiklikləri xarakterizə etmək, qiymətləndirmək üçün aşağıdakı göstəricilərdən istifadə olunur:

- məhsul buraxılışının ümumi həcmində ayrı-ayrı istehsal bölmələrinin xüsusi çəkisi;
- işləyənlərin ümumi sayında bu və ya digər istehsal bölməsinin payı;
- firmanın istehsal əsas fondlarının ümumi dəyərində ayrı-ayrı istehsal bölmələrinə məxsus olan əsas fondların xüsusi çəkisi.

Adları çəkilən göstəricilərdən məhsulun həcmi göstəricisi – başqaları ilə müqayisədə – müəssisənin istehsal quruluşunu daha dəqiq xarakterizə edir. Çünki, müəssisənin məhsul buraxma qabiliyyətinin artırılmasında istehsal bölmələrinin rolu mövcud işçilərin sayı və əsas fondlarının dəyəri ilə deyil, onlardan istifadə səviyyəsindən, fəaliyyətinin nəticələri ilə daha düzgün qiymətləndirilə bilər.

Müəssisə və firmanın istehsal quruluşu müxtəlif iqtisadi, təşkilati və texniki amillərin təsiri altında formalaşır ki, bu amilləri də bir neçə qrupa – makroiqtisadi, sahə və regional amillər qruplarına – bölmək olar.

Makroiqtisadi amillər müəssisənin istehsal strukturunun kompleksliyini və tamlığını müəyyən edir. Bu amillərə ölkə itisadiyyatındakı sahələrin tərkibi, onların diferensasiya dərəcəsi, xarici ticarət əlaqələri və s. aiddirlər.

Firmanın istehsal quruluşuna onun mənsub olduğu sahənin ixtisaslaşma səviyyəsi, elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin yerinə yetirilməsi imkanları, sahədə təchizat və satışın təşkili xüsusiyyətləri, başqa digər sahələrin xidmətləri ilə təmin olunma səviyyəsi kimi **sahə amilləri** də təsir göstərir.

Müəssisənin quruluşuna (ümumi və istehsal) təsir göstərən **regional amillər** onun (müəssisənin) müxtəlif kommunikasiyalarla: qaz və su kəmərlərilə, nəqliyyatla, rabitə vasitələri ilə və s. təmin olunması səviyyəsi ilə əlaqədardır.

Yuxarıda qeyd olunan makroiqtisadi, sahə və regional amillərin məcmusu müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi xarici mühiti əmələ gətirirlər.

Müəssisənin quruluşunun formalaşmasına xarici mühitin doğurduğu amillərlə yanaşı **müəssisədaxili amillər** də öz təsirlərini göstərir. Onlar aşağıdakılardır.

a) istehsalın həcmi artdıqca firmanın həm əsas istehsal, həm qeyri-istehsal bölmələrinin sayının, ölçüsünün genişlənməsi və onlarda çalışan işçilərin sayının çoxalması, bölmələrin tərkibinin dəyişməsi nəticəsində müəssisənin istehsal quruluşu mürəkkəbləşir.

b) istehsalın ixtisaslaşdırılması və kooperativləşdirilməsi səviyyəsi yüksəldikcə müəssisələrin istehsal quruluşu sadələşir;

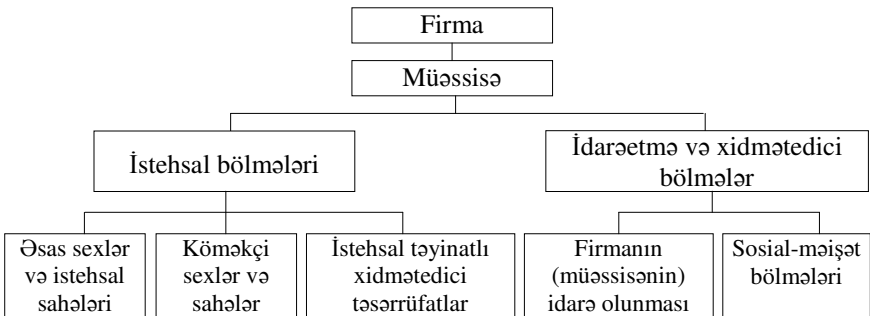
c) məhsulun nomenklaturası məhdud olduqda firmanın istehsal quruluşu sadə, geniş olduqda isə, əksinə, mürəkkəb olur;

d) istehlak olunan xammal və materialların növü, çeşidi müəssisənin istehsal quruluşuna dolayı yolla təsir edir. Məsələn, xammal və materialların ölçüsü (qabariti) və forması anbarların sayına və həcminə, nəqliyyat vasitələrinin növlərinə təsir göstərir;

e) istehsala texniki xidmətin təşkili səviyyəsi yüksək olarsa, yəni istehsala texniki xidmət ixtisaslaşdırılmış müəssisələr, sexlər və briqadalar tərəfindən həyata keçirilərsə, onda müəssisədə köməkçi və xidmətedici sex və təsərrüfatların sayı azalır;

f) məhsulun konstruktiv quruluşu və onun hazırlanması texnologiyası nə qədər mürəkkəb olarsa, onda müəssisədə əlavə bölmələrin yaradılması zərurəti yaranır və s.

Müəssisənin istehsal, idarəetmə və xidmətedici bölmələrinin tərkibi və qarşılıqlı əlaqəsi onun təşkilati strukturunu əmələ gətirir. Firmanın (müəssisənin) təşkilati strukturu aşağıdakı kimi olur (bax: şəkil 2.1).



Şəkil 2.1. Firmanın (müəssisənin) təşkilati strukturu

Müəssisənin əsas struktur vahidi sexdir. **Sex müəssisənin inzibati baxımdan xüsusiləşmiş həlqəsi olmaqla, texnoloji baxımdan istehsal prosesinin – məhsul istehsalının – müəyyən mərhələsi məhz burada yerinə yetirilir.** Bir qayda olaraq sexlər texnoloji proseslərin vəhdətliyi, ərazi bütövlüyü və ixtisaslaşdırılması ilə xarakterizə olunurlar.

İstehsal firmasının tərkibinə daxil olan sexlər məhsulun hazırlanmasındakı rollarına görə aşağıdakı 4 qrupa bölünürlər:

1) əsas sexlər – xammal və materialların hazır məhsula çevrilməsi üzrə texnoloji prosesin hansısa mərhələsinin bilavasitə yerinə yetirilməsi ilə məşğul olurlar. Əsas sexlərin istehsal imkanları müəssisənin məhsulburaxma qabiliyyətini müəyyən edir. Əsas sexlərə misal olaraq maşınqayırma zavodlarında hazırlıq, mexaniki emal və yağma sexlərini; metallurgiya kombinatlarında domna, marten, yayma (prokat), koks sexlərini; toxuculuq fabriklərində isə öyirici, toxucu və na-xışurma sexlərini göstərmək olar;

2) köməkçi sexlər – bilavasitə məhsul istehsalı ilə məşğul olmur, lakin əsas sexlərin normal fəaliyyət göstərmələri üçün bütün zəruri şəraiti yaradırlar. Köməkçi sexlərə misal olaraq alət, təmir, model və s. sexləri göstərmək olar;

3) xidmətedici sexlər – köməkçi sexlər kimi bilavasitə məhsulun hazırlanması ilə məşğul olurlar, lakin onlar həm əsas və həm də köməkçi sexlərin normal fəaliyyət göstərmələri üçün şərait yaradırlar. Xidmətedici sexlərə misal olaraq nəqliyyat və enerji sexlərini, kompressor stansiyalarını, eksperimental sexləri, su təchizatını, anbar təsərrüfatını və s. göstərmək olar;

4) yardımçı sexlər – əsas sexlərin istehsal tullantılarından təkrar istifadə edilməsi (təkrar istehsalı) məqsədilə yaradılır və onlar müəssisədə hazırlanan məhsulların maya dəyərini aşağı salınmasında mühüm rol oynayırlar. Belə sex və təsərrüfatlara misal olaraq tara hazırlayan sexləri, işlənmiş yağların regenerasiyası ilə məşğul olan sexləri göstərmək olar.

Firma sexlərinin özləri də ayrı-ayrı istehsal sahələrindən (sexli quruluşa malik olan müəssisələrdə) ibarət olurlar. **İstehsal sahəsi – texnoloji cəhətdən həmcins əməliyyatlar yerinə yetirən və ya məhsulun hər hansı bir hissəsini hazırlayan və eyni məkanda tə-**

mərküzləşmiş iş yerlərinin məcmusundan ibarətdir. Məhsulun hazırlanmasında iştirak etmələrinə görə istehsal sahələri də əsas, köməkçi və xidmətedici sahələrə bölünürlər.

Fəhlənin əmək fəaliyyəti üçün zəruri olan texniki vasitələrlə (dəzgah, maşın, alət, tərtibat və s.) təchiz olunmuş və istehsal meydançasının hüdudlanmış hissəsinə – fəhlənin əmək fəaliyyəti zonasına – **iş yeri deyilir.**

Sənaye müəssisələrinin istehsal strukturunun texnoloji, predmet (əşya) və qarışıq tipləri mövcuddur.

İstehsalın strukturunun texnoloji tipində sexlər həmcins texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi üzrə ixtisaslaşır, müstəqilləşirlər. Məsələn, maşınqayırma müəssisəsində tökmə, dəmirçi, mexaniki emal, yığma və s. sexlər.

İstehsalın strukturunun əşya (predmet) tipində sexlər müəyyən məmulatların və ya onların hissələrinin hazırlanması üzrə ixtisaslaşır. Məsələn, avtomobil zavodunda mühərrik, neftmaşınqayırma zavodunda reduktor, nasos ştanqları və s. hazırlanması üzrə ixtisaslaşmış sexlər.

İstehsal strukturunun qarışıq tipində qeyd edilən tiplərin hər ikisinin – texnoloji və predmet – elementləri mövcud olurlar.

Bazar iqtisadiyyatına keçid müəssisə strukturunun bazar münasibətlərinə uyğunlaşmasını, onun bütün bölmələrinin işinin yenidən qurulmasını tələb edir.

Firma və müəssisənin bazar münasibətlərinə uyğunlaşdırılması onların istehsal quruluşlarından asılı olmur. Müəssisənin texnoloji bölmələrində təbii-texniki proseslər getdiyindən istehsal (iqtisadi) münasibətlər onların xarakterinə təsir göstərə bilməzlər. Yeni iqtisadi sistemə keçid texniki-texnoloji deyil, sosial-iqtisadi proseslərin mahiyyətə dəyişilməsini tələb edə bilər.

Yeni təsərrüfatçılıq metodları, başqa sözlə, bazar iqtisadi münasibətlərinə keçid **müəssisənin idarəetmə (funksional) strukturunun** təkmilləşdirilməsini zərurətə çevirir və daha da aktualaşdırır. Bu, xüsusilə marketinq, maddi-texniki təminat, istehsal və elmi-texniki inkişaf, satış və digər bu kimi idarəetmə strukturlarına daha çox aiddir.

Müəssisələrin bazar münasibətlərinə uyğunlaşdırılmasında **marketinq şöbələrinin yaradılması** və onların fəaliyyətinin gücləndi-

rilməsinin müstəsna əhəmiyyəti vardır. Marketing – yeni sahibkarlıq konsepsiyası olmaqla istehlakçıların tələbatının öyrənilməsi və onun ödənilməsinə təmin edə biləcək tədbirlər hazırlamaq və onların reallaşdırılmasına nail olmaqdır. Marketing istehsalla bazarı yaxınlaşdırmaq, firmanın (istehsalın) bazardan idarə edilməsi konsepsiyasıdır.

Marketing tədqiqatları və onun nəticələri bütünlükdə firmanın, onun hər bir idarəetmə bölməsinin il üçün fəaliyyətini müəyyən edir. Nəticə etibarilə firmanın iqtisadi inkişafı, əldə edəcəyi gəlirin həcmi marketing tədqiqatlarının keyfiyyətindən asılı olur.

Marketing fəaliyyəti istehlakçıların təmsil etdiyi firmanın məhsullarına ehtiyaclarının müəyyən edilməsi ilə sona çatmır. O habelə öz təşkilatının istehsal imkanlarında müəyyən edir. Yalnız bundan sonra məhsul istehsalı və xidmətlər göstərmək üçün qərar verilir, istehsal olunmuş məhsulun qiyməti müəyyən edilir və onun bazara – istehlakçılara doğru hərəkətinə başlanılır.

Marketing tədqiqatlarının nəticələri əsasında firmaya il ərzində lazım olacaq istehsal vasitələrinin həcmi və onların alınacağı vaxtlar **maddi-texniki təminat şöbəsinin** heyyyəti tərəfindən icra edilir. Bu zaman paralel olaraq xammal, material, yanacaq və s. istehsal amillərindən ehtiyatların kəmiyyəti də hesablanır.

Maddi-texniki təminat şöbəsinin işçiləri firmanın material resurslarına ehtiyacını bütün istiqamətlər üzrə – məhsul istehsalı, xidmət göstərmək, təmir, tikinti və s. – ayrı-ayrılıqda və həm də ümumiyyətlə deyil, müfəssəl şəkildə müəyyən edirlər, çünki konkret məhsul (məmulat, hissə) istehsalı konkret növ material tələb edir. Onlar habelə istehsal ehtiyatlarının (anbar ehtiyatlarının) planlaşdırılmasına xüsusi diqqət yetirilər. Yeri gəlmişkən, əgər material göndərənlər onları vaxtında və sifariş norması müqabilində göndərə bilsəydilər sonuncunun hesablanmasına ehtiyac qalmazdı.

İstehsal firmasının əsas funksional fəaliyyət sferası **istehsal və elmi-texniki inkişafdır**.

İstehsal sahibkarlığının ilkin mərhələsi firma tərəfindən (onun təsisçiləri tərəfindən) istehsal amillərinin – əmək vasitələri, əmək cismələri, iş qüvvəsi və informasiyanın alınması və ya bunlardan bəzilərinin ya tam, ya da qismən icarəyə götürülməsidir.

Firma maddi-texniki təminatla əlaqədar məsələləri həll etdikdən və bu məsələdə əminliyə nail olduqdan sonra özünün strateji vəzifəsinin icrasına başlayır. Bu – istehlakçıların tələbatlarının ödəmək üçün məhsullar istehsal etmək və xidmətlər göstərməkdir.

Məhsul istehsalı ilə məşğul olan firma özünün marketing fəaliyyəti ilə bazarın tələbatını, istehsal amillərinin qiymətləri və özünün texnoloji istehsal üsuluna aid olan elmi-texniki yeniliklər haqqında məlumatlar toplayır. Bundan sonra o, bütün bunları və özünün daxili imkanlarını nəzərə almaqla, fəaliyyətə başlayır. İstehsal və elmi-texniki inkişaf bölməsi özünün fəaliyyətilə birbaşa əlaqədar olan elmi-texniki yenilikləri mütləq nəzərə alır. Çünki bazar (istehlakçı) daha mükəmməl və nisbətən ucuz məhsullar tələb edir. Bu da məlum həqiqətdir ki, **yeni məhsulu köhnə texnika və materiallarla istehsal etmək mümkün olmadığı kimi, köhnə məhsulu da yeni maşın və avadanlıqla istehsal etmək məqsəduyğun sayıla bilməz.** Bir sözlə, rəqabət mübarizəsinə tab gətirmək üçün firma yeni texnika və texnologiya vasitəsilə keyfiyyəti yüksək və dəyəri aşağı olan məhsullar istehsal etməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, məhsul istehsal etmək firma üçün son məqsəd deyil. Son məqsəd istehsal etdiyi **məhsulların istehlakçılara satışının** təşkilinə nail olmaq və mənfəət əldə etməkdir. Məhz buna görə də hər bir firmanın mütəşəkkil satış xidməti və elmi cəhətdən əsaslandırılmış satış siyasəti olmalıdır.

Bazar münasibətləri şəraitində işləyən müəssisənin (firmanın) çevik və yığcam idarə aparatı, güclü və səriştəli marketing bölməsi, peşəkar heyəti olan maliyyə, mühasibat və hüquq şöbələri olmalıdır. Lakin bunlar bazara işləmək üçün vasitələrdir, son məqsəd deyil. Əsas məsələ isə müəssisənin istehsal strukturunun, istehsal aparatının bazarın doğurduğu tələblərə uyğunlaşdırılmasıdır.

Müasir dövrdə ölkə sənayesində müəssisələrin restrukturizasiyası (yenidən strukturlaşdırılması) keçirilməli və hər birinin bazarda yeri və rolu müəyyən edilməlidir. Bu ona görə vacibdir ki, hər bir müəssisə özünün bazara daxil olma imkanını bilməli, daha doğrusu, məhsul istehsal etmək və xidmət göstərə bilmək, rəqabətə dözmək qabiliyyətini əvvəlcədən özü üçün müəyyənləşdirməlidir. Məhz bundan sonra həmin müəssisə onu əhatə edən – qanunvericiliklə

onun üçün müəyyən olunmuş – iqtisadi, sosial, hüquqi norma və normativlərdən istifadə etməklə öz fəaliyyətində təşəbbüskarlıqla sərbəstlik göstərə bilər, istehsalın səmərəliliyini yüksəldər, gəlirliyini təmin etmiş olar.

Müəssisənin bazar münasibətlərinə uyğunlaşdırmağın bir yoluda onun (müəssisənin) firmaya çevirilməsidir.

Müəssisənin firmaya çevirilməsi 2 mərhələdən – a) müəssisənin kommersiyalaşdırılması və b) müəssisənin yenidən strukturlaşdırılması – ibarətdir.

Müəssisənin kommersiyalaşdırılması onun mülkiyyətinin dəyişdirilməsi – dövlət sektorundan çıxarıaraq xüsusi sektora daxil edilməsi əsasında ona təsərrüfatçılıq müstəqilliyinin verilməsidir. Bundan məqsəd isə müəssisənin bazar münasibətlərinə uyğunlaşdırmaq, ona bazarın rəqabət mühitində vərdişlər aşılamaqdır.

Müəssisənin firmaya transformasiya olunmasının II mərhələsi onun (müəssisənin) yenidən strukturlaşdırılmasıdır. Bu, kompleks tədbirləri – texniki və təşkilati – nəzərdə tutur; məhsulun istehsaldan götürülməsi, idarə strukturunun təkmilləşdirilməsi (bəzi şöbələrin ləğvi, birləşdirilməsi, yenisinin yaradılması), texnoloji avadanlıqların modernləşdirilməsi, məhsul keyfiyyətinə nəzarətin gücləndirilməsi və s. bu qəbildən olan tədbirlərdir. Məsələn, hər bir firmada kadrlar, əmək və əmək haqqı, əməyin mühafizəsi və texniki təhlükəsizlik, sosial inkişaf şöbələri bazasında istehsal heyyyətinin və kadr hazırlığının idarə edilməsi xidmətini yaratmaq olar. Yaxud maddi – texniki təminat və satış şöbələrinin bazasında marketinq şöbəsinin təsis etmək olar. Bu proses MDB – nin qabaqcıl ölkələrinin firma və müəssisələrinə artıq xeyli vaxtdır ki, başlamışdır. Bir sözlə, həm müəssisənin kommersiyalaşdırılması və həm də yenidən strukturlaşdırılması onun firmaya – bazar subyektinə – çevirilməsini şərtləndirən həlledici proseslərdir.

Müəssisələrin yenidən strukturlaşdırılması, bütün başqa amillərlə yanaşı, onların makroiqtisadi sabitlik şəraitində hansı istiqamətlərdə təkmilləşəcəyi (sanasiya, rekonstruksiya, istehsal strukturunun dəyişdirilməsi və s.) məsələlərin həllinə və bununla da mikroiqtisadi səviyyədə iqtisadi inkişafa nail olmaq istiqamətində öz imkanlarını reallaşdırma bilirlər.

Bütün bunlar, nəticə etibarilə, istehsal müəssisələrinin – milli iqtisadiyyatın əsası kimi – ölkənin sosial-iqtisadi inkişafındakı rol və əhəmiyyətini artırma bilər.

3. Sahibkarlıq və firmanın (müəssisənin) təşkilati-hüquqi formaları

Tarixi təkamülü baxımından insanın sahibkarlıq fəaliyyəti onun «özü üçün» məhsul istehsalı ilə yanaşı həm də «özgəsi üçün», bazar üçün – digər əmtəələrlə mübadilə məqsədilə – məhsul istehsalı dövründən başlamışdır. Həmin vaxtlar bir istehsalçı özünün istehsalı olan məhsulu ilə başqasının ehtiyacını, başqasının istehsal etdiyi məhsulla isə öz ehtiyacını ödəyə bilmişdir. Beləliklə, məhsulların dəyişdirilməsi (mübadiləsi) sahibkarlıq üçün ilkin şərt, daha doğrusu çıxış nöqtəsi olmuş, bazar münasibətlərinə keçid isə sahibkarlıq tipli iqtisadiyyata transformasiyanı mümkün etmişdir.

Sahibkarlıq – iqtisadi azadlığa söykənən, lakin qanunvericlik aktlarına və təsərrüfat riskinə əsaslanmaqla, cəmiyyətin məhsul və xidmətlərə ehtiyaclarını ödəmək üçün, məqsədi gəlir əldə etmək və əmlakını çoxaltmaq olan fəaliyyət növüdür. Başqa sözlə, sahibkarlıq fəaliyyətinin motivi və məqsədi mürəkkəb bazar situasiyalarında, güclü rəqabət mübarizəsi şəraitində heçdə xeyriyyəçilik etmək deyil, maddi marağı, sahibkarlıq gəliri əldə etmək istəyi ilə əlaqədardır.

Sahibkarlığın təməlinə duran əmək bölgüsü, əmək kooperasiyası və əmtəə (məhsul) istehsalı və onun mübadiləsinin baş tutması üçün 4 amilin (resursun) mövcudluğu həlledici şərtədir. Bunlar əmək (iş qüvvəsi), kapital (əsas və dövrüyyə), təbii resurslar və birdə sahibkarlıq fəaliyyətinin özüdür.

Əmək – istehsalın «baş agent» olan iş qüvvəsi – insanların bilik (intelektual), təcrübə, vərdiş və fiziki enerjisini sərf etmək bacarığıdır ki, məhsul (əmtəə) istehsalında onların hamısından məcmu şəkildə istifadə edir.

Kapital – insanların özləri tərəfindən yaradılmış istehsal vasitələridir – investisiya resurslarıdır. Bunlara əmək vasitələri (bina, maşın, avadanlıq və s.) və ilkin emaldan keçmiş xammal, daha doğrusu materiallar, yarımfabrikatlar və s. aid edilir.

Təbii resurslar – təbiətin insanlara bəxşisidir, tövhəsidir; bunlara meşə, hava, su, tikinti üçün meydançalar, mineral xammallar, əkin yerləri və biçənlər və s. aiddirlər. İnsanların bu resursların yararlanmasında heç bir rolları olmayıb. İnsanlar həmin resursları təbiətdən hazır şəkildə götürüb onlarda müəyyən dəyişikliklər (fiziki, kimyəvi və s.) aparmaqla öz ehtiyacları üçün istifadə edirlər.

İstehsal amillərindən biridə **insanın (qrup insanların) sahibkarlıq bacarığıdır.** Bu amil istehsalın xüsusi, qeyri–maddi, maddi olmayan amilidir. Fiziki şəxsin (şəxslərin) sahibkarlıq bacarığı bütün digər amilləri müəyyən kəmiyyət nisbətində istehsalın vahid sisteminə çevirə bilir, onların hər birindən ayrılıqda və habelə kompleks şəkildə istifadə səmərəliliyinin yüksəldilməsinə təminat verir.

Sahibkarlığın özünə məxsus əlamətləri vardır və onlar aşağıdakılardır:

a) Təşəbbüskarlıq. Sahibkarlıq insanların durğunluqla, mühafizəkarlıq və ətalətlə ziddiyyət təşkil edən fəaliyyət növüdür. Təşəbbüskarlıq sahibkarlığı daimi «müşayət» edən, yardımçı olan, ona yeni məhsul istehsalı və yeni bazar tapmaqla fayda gətirən imkanların aşkarlanmasında köməklik göstərən sahibkara məxsus məziyyətdir. Sahibkarlıq təşəbbüskarlığı zorakılığa, qanun pozuntusuna yol vermədən ictimai tələbatı ödəmək şərtilə sahibkarın öz marağının reallaşdırma bilmək səriştəsidir, bacarığıdır. Yeni məhsulun istehsalında və bazarın genişləndirilməsində sahibkarın davranış fəallığı və təşəbbüskarlığı ölkə daxilində mövcud olan iqtisadi azadlığın səviyyəindən bir başa asılıdır. Təsərrüfatçılıqda liberallaşdırma məhduddursa, belə şəraitdə sahibkarlıq təşəbbüskarlığı, sahibkarın bazardakı davranış aktivliyi azalır.

b) Kommersiya riski və təsərrüfatçılıq məsuliyyəti. Sahibkar müəyyən təsərrüfat qərarı qəbul edərkən özünün bilik və təcrübəsi ilə yanaşı qorxu və cəsarətinə, riskinə əsaslanır.

Bazar münasibətləri şəraitində baş verən qeyri – müəyyənlik, bir çox hallarda sahibkarın düzgün qərar verməsini əngəlləyir və onun (sahibkarın) riskə getməsinə zərurətə çevirir. Lakin sahibkarın riskə getməsi kor-koranə olmur, düşünülmüş şəkildə baş verir. Riskə gədən sahibkar baş verməsi gözlənilən neqativ halların bütün variantlarını mümkün qədər nəzərə almağa cəhd göstərir. Riskin dərəcəsini düz-

gün müəyyən etməklə o (sahibkar), gəlirinin azalması və, hətta, mülkiyyətdən məhrum olmaq təhlükəsini düzgün qiymətləndirə bilər.

Riskin dərəcəsi yüksəldikcə **sahibkarın təsərrüfat məsuliyyəti** ona mütənasib olaraq artır. Sahibkarın bazar qeyri – müəyyənliyinə qarşı çıxmağı onun imkanı daxilində olmur. Lakin, demək olarki bütün hallarda, sahibkarın riskin dərəcəsini bu və ya digər səviyyəyə qədər azaltmaq imkanı olur. Bunun üçün o, ilk öncə, sığortalanma vasitəsilə riski müəyyən qədər əlavə xərclər çəkilməsilə əvəzləyə bilər. Başqa bir yol isə marağı olan özünün müqabil tərəflərindən birini (və ya bir neçəsini) riskin neqativ nəticələrini onlarla bölməyə səfərbər edə bilər. Sonuncu halda sahibkarlıqdan gələn gəlir sahibkarın özündən əlavə və onunla müştərək riskə gedən digərləri ilə bölünür.

c) İstehsal amllərinin kombinəlaşdırılması. İstehsal amillərinin hər birindən qənaətlə istifadə etməklə istehsalın sinergetik səmərəliliyinə nail olmaq məqsədilə onların sahibkar tərəfindən bir-birilə əvəzlənməsinin optimal kombinəlaşma variantının seçilməsidir.

İstehsal firmasına xas olan resursların kombinəlaşdırılməsindən məqsəd tək onlardan səmərəli istifadəyə nail olmaq deyil. Burada digər bir məqsəd sahibkarın bazarda olan resurslarının bir qismini çıxarıb öz təşkilatına qaytarmaq və bununlada resursların bölgüsü mexanizmini dəyişdirməkdir. Bununla o, bazar mühitini dəyişdirə bilər, çünki kombinəlaşma funksiyasının mahiyyəti «əvəzetmə prinsipi»ndən genişdir.

d) Yenilikçilik. Sahibkarlığa xas olan bu xüsusiyyət sahibkar üçün, onun fəaliyyətinin nəticələri üçün çox böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Bazar konyunkturasının mütəhərrik olması – vaxtaşırı dəyişməsi, bazarın qeyri-müəyyənlik şəraitində fəaliyyət göstərən sahibkardan yenilikçilik, ixtiraçılıq, əqlən çevik olmaq, hadisələrə qarşı həssaslıq, manevr edə bilmək, davranışına inam kimi xüsusiyyətlər tələb edir; o, hər bir konkret situasiyanı tez, yubatmadan öyrənməli, təhlil etməli, qərar qəbulu zamanı isə bu işə yaradıcılıqla yanaşmalıdır; o, öz davranışı ilə bazar qeyri-müəyyənliyinin «girov»una çevrilməməli, innovativ məzmunlu tədbirlər görməklə vəziyyətdən çıxmağı bacarmalı, öz istehsalının səmərəlilik səviyyəsinin azalmasına imkan verməməlidir.¹⁰

¹⁰Курс экономической теории (учебное пособия), М., 2001, с. 487

Artıq qeyd edildiyi kimi, sahibkarlıq fəaliyyətinin baş tutması üçün kapitalın (əsas və dövriyyə fondlarının) müəyyən kəmiyyətdə və strukturda sahibkarın mülkiyyətində olması həlledici şərtlərdən biridir. Deməli, sahibkarlıq fəaliyyətində mülkiyyət münasibətlərinin düzgün müəyyən olunması və idarə edilməsi mühüm şərtlərdəndir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin klassik forması olan fərdi müəssisədən başlamış səhmdar cəmiyyətinə qədər müəssisələrin (firmaların) hamısında mülkiyyət münasibətləri bu və ya digər şəkildə, az və çox dərəcədə mövcuddur.

Sahibkarlıq fəaliyyətinə mülkiyyət münasibətləri aşağıdakı istiqamətlərdə təsir göstərir:

- mülkiyyətin (əmlakın) kimə və ya kimlərə mənsub olması;
- mülkiyyətə münasibətlə əlaqədar sahibkarlıq gəlirinin bölgüsü qaydası;
- öhdəliklər üçün əmlak (mülkiyyət) vasitəsilə məsuliyyət;
- zərərlə işləyən firmaya yeni şəxs (fiziki, hüquqi) daxil olması və ya köhnələrdən hər hansının çıxması firmanın borcu üçün öz əmlakı ilə məsuliyyət daşması;
- payçı və şərikli firmada təsisçilərin öz əmlaklarına görə öhdəliklər və ya borclar üçün məsuliyyəti;
- firmanın təsisçilərinin öhdəliklərinə görə qoyulmuş paylar müqabilində cavabdehlik həddi;
- təsisçilərdən öz payını ödəyə bilməyənə mənsub olan əmlakın başqaları arasında bölgüsü qaydası;
- səhmdar cəmiyyətinin səhmlərini alanların onun (cəmiyyətin) mənfəətinin bölgüsündə iştirakı və öhdəlikləri üçün məsuliyyəti və s.

Göründüyü kimi, sahibkarlıq fəaliyyətinin idarə olunmasında, bu məqsəd üçün təsis edilən təsərrüfat subyektlərinin yaradılması və ləğvi həlledici dərəcədə mülkiyyət münasibətlərinin mükəmməllik səviyyəsindən asılı olur. Bu münasibətlər firmanın sahibkarlıq növü kimi fəaliyyətinə ciddi şəkildə təsir göstərirlər; firmanın həm inkişafını sürətləndirir və həm də ləngidə bilirlər. Mülkiyyət münasibətlər düzgün qurulmalı, idarə edilməli, daim nəzarətdə saxlanmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, istehsal firması və müəssisənin təşkilati-hüquqi formaları bazar iqtisadiyyatına keçmiş və keçməkdə olan bütün ölkələrdə təxminən eynidir, ciddi şəkildə fərqlənmirlər.

Firma və müəssisənin konkret forma və növləri körtəbii deyil, elm və texnikanın inkişafı, istehsalın təmərküzləşməsi və ixtisaslaşması, səmərəli təsərrüfat əlaqələrinin qurulması, ümumiyyətlə isə, dövrün özünün tələblərinə uyğun, həmin tələblər nəzərə alınmaqla yaradılır. Bu baxımdan hər bir ölkənin iqtisadiyyatının bazar münasibətlərinə keçidi onun müəssisələrin idarə edilməsində, onların təşkilati-hüquqi formalarında ciddi dəyişikliklərə səbəb olur, onlar tədricən bazar münasibətlərinə uyğunlaşır.

Mövcud qanunvericiliyə görə Azərbaycan Respublikasında firmalar (müəssisələr) təsərrüfat ortaqlıqları və cəmiyyətləri şəklində yaradıla bilər. Təsərrüfat ortaqlıqları tam ortaqlıq və kommandit ortaqlığı (inama əsaslanan ortaqlıq), təsərrüfat cəmiyyətləri isə məhdud məsuliyyətli müəssisə, əlavə məsuliyyətli müəssisə və səhmdar cəmiyyəti formalarında olur. Beləliklə, müəssisələr (firmalar) fərdi, şərikli, payçı və şərikli (kommandit ortaqlıqlar), məhdud məsuliyyətli müəssisələr, əlavə məsuliyyətli müəssisə və səhmdar cəmiyyəti kimi təşkilati-hüquqi formalarda yaradıla bilər.

Tam ortaqlıqda onun iştirakçıları (tam ortaqları) nizamnaməyə müvafiq surətdə ortaqlıq adından sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olur və ortaqlığın öhdəlikləri üzrə onlara mənsub əmlakla məsuliyyət daşıyırlar. Belə sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyəti bütün iştirakçıların ümumi razılığı ilə idarə edilir.

Əgər tam ortaqlığın iştirakçısı bir nəfədirsə, o, fərdi firma adlanır. **Fərdi firma** – sahibkarlıq fəaliyyətinin ən klassik formalarından biridir. Bunlar, adətən, bir şəxsin mülkiyyəti əsasında təşkil olunur. Bununla yanaşı, belə firmalar başqa mülkiyyətlərə məxsus olan müəssisələrin satın alınması yolu ilə də yaradıla bilər. Bu tip firmaların idarə olunması, bir qayda olaraq, sahibkarın özü tərəfindən həyata keçirilir. Bir sıra hallarda sahibkar öz müəssisəsinin idarə olunmasını menecerlərə həvalə edə bilər, lakin belə halda da firmanın fəaliyyəti üzərində ümumi nəzarət sahibkarın ixtiyarında qalır.

Fərdi firmaların sahibkarlıq sahəsində geniş yayılması onun bir sıra üstünlükləri ilə izah edilir. Bu üstünlüklərə aşağıdakılar aid edilir:

- təşkilinin mürəkkəb olmaması;
- azadlığının qeyri-məhdudluğu – sahibkar öz fəaliyyətində bütün məsələlər üzrə qərarlar verməkdə müstəqildir, tam azaddır (fəaliyyət

profilini və istehsal proqramının müəyyən edilməsində, işçi götürmək və azad etməkdə, tərəf müqabillərinin seçilməsində və müqavilələr bağlamaqda və s.);

– güclü maddi marağın olması – sahibkarlıq gəlirinin yalnız sahibkara çatması.

Qeyd edilən üstünlüklərlə yanaşı, fərdi firmaların əsas çatışmayan cəhəti onların öhdəliklərinə görə sahibinin öz (ailə üzvlərinin) əmlakı ilə məsuliyyət daşmasıdır. Əgər firma öz öhdəliklərini yerinə yetirə bilmirsə, onda bu öhdəliklər mülkiyyətçinin əmlakı hesabına ödənilir. Öz özlüyündə aydındır ki, bu cür məsuliyyət sahibkarı yüksək riskli şəraitdə saxlayır, onun öz perspektivinə inamını azaldır; bu qəbildən olan firmaların maliyyə vəsaitləri və maddi resursları nisbətən məhdud olur.

Tam ortaqlığın iştirakçılarının sayı iki və daha çox saydadırsa, onda bu şərikli firma adlanır. Şərikli istehsal firması ən azı iki fiziki və ya hüquqi şəxslər tərəfindən – müqavilə əsasında – təsis edilir. Həmin şəxslər firmanın öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə görə bütün əmlakları ilə məsuliyyət daşıyırlar. Əgər firmaya sonradan hər hansı başqa bir fiziki və ya hüquqi şəxs daxil olarsa, bu halda yeni şərik digər şəriklər kimi firmanın mövcud olan borclarına görə bütün əmlakı ilə məsuliyyət daşımalı olur. Eyni zamanda müəssisədən (firmadan) çıxan şərik müəssisənin həmin məqam üçün borclarına görə digər iştirakçılarla birlikdə bütün əmlakı ilə məsuliyyət daşıyır. Bununla yanaşı, şəriklərdən biri müəssisədən çıxarsa, o, öz payını geri almaq hüququna malikdir. Şəriklərin razılığı ilə həmin pay müəssisənin şərikləri arasında satılmaq yolu ilə bölünədə, kənar şəxslərə satıla da bilər. Lakin müəssisənin şərikləri payın alınmasında üstün hüquqlara malikdirlər. Pay satılmadığı halda müəssisənin nizamnamə fondunun həcmi onun məbləğinə uyğun olaraq azaldılır. Tərəfdaşlardan birinin şərikli müəssisəni müəyyən öhdəliklərlə yükləməsi ehtimalı böyük olduğu üçün, şəriklərin düzgün seçilməsi çox vacibdir. Bir çox hallarda şərikli müəssisə haqqında rəsmi saziş və ya formal razılaşma olur ki, bu da tərəflərdən hər birinin səlahiyyətlərini, mənfəətin bölüşdürülməsini, tərəfdaşlar tərəfindən müəssisəyə qoyulan kapitalın ümumi məbləğini, yeni şəriklərin cəlb olunmasını və tərəfdaşlardan hər hansının müxtəlif səbəblərdən şərikli müəssisədən çıxarıqda onun yenidən qeydiyyatı qaydalarını müəyyən edir.

Hüquqi cəhətdən şəriklərdən biri müəssisədən çıxdıqda, bu, adətən, şərik müəssisənin ləğv olunması ilə nəticələnir. Çünki belə halda bütün məsələləri tənzimləmək və şərikli müəssisəni bərpa etmək kifayət qədər çətin olur. **Bu səbəbdən də şərikli müəssisə (firma) sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəli təşkili formalarından deyildir.** Digər tərəfdən, bu tip müəssisələrdə qərarların qəbulu çətin bir proseduradır. Əgər şərikli müəssisə haqqındakı müqavilədə başqa hal nəzərdə tutulmayıbsa, vacib qərarlar səs çoxluğu ilə qəbul edilməlidir. Daha az əhəmiyyətli məsələlər üzrə müəssisənin fəaliyyəti bəzi tərəfdaşlar tərəfindən həyata keçirilə bilər, lakin bu barədə onlara əvvəlcədən məlumat verməlidir. Bu və ya digər tərəfdaşın hüquqları onlar arasında bağlanmış rəsmi və ya qeyri-rəsmi müqavilə əsasında dəyişə bilər.

Şərikli (tam ortaqlı) firmada olan yuxarıda qeyd edilən çatışmazlıqlar onun daha təkmilləşmiş forması olan **payçı və şərikli (kommandit ortaqlıqlar) müəssisə** formasında aradan qaldırılır. Bu qəbildən olan firma və ya müəssisə həm şərikin (şəriklərin), həm də payçının (payçıların) vəsaiti əsasında formalaşır. Bir qayda olaraq, şəriklərdən hər biri müəssisənin öhdəliklərinə və borclarına görə özünün bütün əmlakı ilə, hər bir payçı isə yalnız müəssisəyə verdiyi payın həcmi müqabilində məsuliyyət daşıyır.

Payçı və şərikli müəssisələrdə idarəetmə işi, əsasən, şəriklər tərəfindən həyata keçirilir, payçıların isə təsərrüfat fəaliyyətinin idarə olunmasında iştirak etmək, şəriklərin bu sahədəki işlərinə qarışmaq hüququ yoxdur. Payçı, firmanın əldə etdiyi mənfəətin bir hissəsini qoyduğu paya uyğun olaraq təsis müqaviləsində nəzərdə tutulmuş qaydada almaq, ortaqlığın hesabat sənədləri ilə tanış olmaq, maliyyə ilinin sonunda ortaqlıqdan çıxmaq və təsis müqaviləsində təsbit edilmiş qaydada öz payını geri almaq kimi hüquqlara malikdir.

Məhdud məsuliyyətli firma bir və ya bir neçə fiziki və (və ya) hüquqi şəxs tərəfindən yaradılan, nizamnamə fondu təsis müqaviləsi ilə müəyyən edilən həcmdə paylara bölünən müəssisədir. Müəssisənin təsisçiləri onun öhdəliklərinə görə ancaq nizamnamə fonduna qoyduqları payları həcmində məsuliyyət daşıyırlar. Təsisçilərdən hər hansı biri müəssisədən çıxdıqda öz payını geri almaq hüququna malik olur.

Məhdud məsuliyyətli firma öz öhdəliklərinə görə özünə məxsus olan bütün əmlakı ilə cavabdehdir və öz təsisçilərinin üçüncü şəxslər qarşısında öhdəliklərinə görə məsuliyyət daşımır.

Müəssisənin təsisçisi öz payını satarkən, digər təsisçilər bu payı almaq üçün üstün hüquqlara malik olurlar. Belə ki, öz payını və onun bir hissəsini satmaq istəyən təsisçi bu haqda məhdud məsuliyyətli müəssisənin icra orqanına məlumat verməlidir. Müəssisənin icra orqanı isə təsisçidən öz payını satışı çıxarılması haqqında məlumat aldıqdan sonra – 7 gün ərzində – bu barədə müəssisənin bütün təsisçilərinə xəbər verməlidir. Üstün satınalma hüququndan istifadə etmək arzusunda olan firmanın başqa bir təsisçisi satışı təqdim olunan payın hansı hissəsini əldə etmək istəyini 7 gün ərzində müəssisənin icra orqanına bildirməlidir. Əgər payın satışı çıxarılması haqqında məlumatın müəssisənin icra orqanına göndərilməsi anından etibarən bir ay müddətində pay və ya onun bir hissəsi müəssisənin təsisçiləri tərəfindən üstün hüquqdan istifadə edilməsi qaydasında alınmazsa, onda təsisçi öz payını və ya onun bir hissəsini üçüncü şəxsə satmaq hüququ qazanır.

Müəssisənin illik və ya rüblük fəaliyyəti nəticəsində əldə edilmiş xalis mənfəətin təsisçilər arasında bölgüsü ümumi yığıncağın qərarı ilə həyata keçirilir. Bundan əlavə ümumi yığıncağın xalis mənfəətin təsisçilər arasında tamamilə və ya qismən bölgüsü haqqında qərar qəbul etmək hüququ da vardır.

Hər bir təsisçi firmanın nizamnamə fondunda və digər əmlakında payına uyğun olaraq bölüşdürülən mənfəətin bir hissəsini almaq hüququna malikdir. Firmanın Nizamnaməsində başqa hal nəzərdə tutulmayıbsa, bölünən mənfəətdən təsisçilərə verilən məbləğ haqqında ümumi yığıncaq qərar qəbul etdikdən bir ay müddətində ödənilir.

Əlavə məsuliyyətli müəssisənin (firmanın) məhdud məsuliyyətli müəssisədən fərqi ondan ibarətdir ki, onun iştirakçıları müəssisənin öhdəliklərinə görə nizamnamə fonduna qoyduqları paylarının Nizamnamə ilə müəyyənləşdirilən və hamısı üçün eyni olan misli miqdarında subsidiar məsuliyyət daşıyırlar. İştirakçılardan biri öz payını ödəmək imkanına malik deyildirsə, bu pay digər iştirakçılar arasında onların paylarına uyğun olaraq bölünür.

Subsidiar məsuliyyət o deməkdir ki, iştirakçılardan hər hansı biri müflis olduqda və öz üzərinə düşən öhdəliyi yerinə yetirə bilmədik-

də, məsuliyyət qalan iştirakçılar arasında onların paylarına (mayalarına) müvafiq surətdə bölünür.

Müəssisənin geniş yayılmış təşkilati-hüquqi formalarından bir də **səhmdar cəmiyyətləridir**. Kollektiv mülkiyyətə əsaslanan səhmdar cəmiyyəti özünün təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirmək məqsədilə nizamnamə fondunu səhm buraxmaq yolu ilə formalaşdıran fiziki və (və ya) hüquqi şəxslərin könüllü sazişi əsasında yaradılan müəssisədir. Səhmdar cəmiyyətinin səhmlərini alanlar onun səhmdarları hüququ qazanır və aldıkları səhmlərin miqdarı həddində onun mənfəətindən dividend almaq səlahiyyətinə malik olurlar. Müəssisənin öhdəliklərinə görə səhmdarlar özlərinin verdikləri pay həcmində (onlara məxsus olan səhm paketi həddində) məsuliyyət daşıyırlar.

Səhmdar cəmiyyətləri qapalı və açıq tipli olurlar. **Qapalı tipli səhmdar cəmiyyətinin səhmlərinin satılması zamanı onun səhmdarları satılan** səhmlərin alınmasında üstün hüquqa malikdirlər. Əgər cəmiyyətin səhmdarları satışa çıxarılmış səhmlərin əldə edilməsi üzrə öz üstün hüquqlarından istifadə etmirlərsə, bu zaman cəmiyyət həmin səhmləri onların mülkiyyətçisi ilə razılaşıdırılmış qiymətə özü əldə edə bilər. Səhmdar cəmiyyəti səhmləri əldə etməkdən imtina etdikdə və ya onların qiymətinə dair razılığa gəlmədikdə səhmlər üçüncü şəxsə özgəninkiləşdirilə bilər. Qapalı tipli səhmdar cəmiyyəti səhmdarlarının sayına məhdudiyət qoyulur. Əgər səhmdarların sayı müəyyən edilmiş həddi keçərsə, onda o, bir il ərzində qapalı tipli cəmiyyətdən açıq tipli səhmdar cəmiyyətinə çevrilməlidir.

Səhmləri müstəqil surətdə özgəninkiləşdirilə, səhmlərinə açıq abunə yazılışı keçirilə bilən cəmiyyət açıq tipli səhmdar cəmiyyət hesab edilir. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu tip cəmiyyətin səhmdarlarına öz səhmlərini satmaq üçün heç bir məhdudiyət yoxdur. Lakin səhmdarlara səhmlərin miqdarına proporsional olan miqdarda açıq abunə yolu ilə yerləşdirilən səhmlərin və bu cür səhmlərə çevrilə bilən qiymətli kağızların əldə olunmasında üstün hüquqların verilməsi səhmdar cəmiyyətinin nizamnaməsində nəzərdə tutula bilər. Belə halda, bununla əlaqədar qərar və bu qərarın qüvvədə qalma müddəti səhmdarların ümumi yığıncağında qəbul edilir. Bu cür qərarların fəaliyyət müddəti adətən bir ildən artıq olmur.

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2000-ci il 23 dekabr tarixli 224 №-li qərarı ilə səhmdar cəmiyyətin nizamnamə kapitalının minimum həddi – qapalı səhmdar cəmiyyət üçün 2 min manat, açıq səhmdar cəmiyyət üçün isə 4 min manat məbləğində müəyyən olunmuşdur. Həmin qərara əsasən qapalı səhmdar cəmiyyətinin iştirakçılarının say həddi 50 fiziki və ya hüquqi şəxslərdən ibarət müəyyən edilmişdir.

Səhmdar cəmiyyəti üçün maliyyə resurslarının cəlb edilməsinin əsas mənbəyi səhmlərin buraxılışıdır. **Səhm – onun sahibinin (səhmdarın) səhmdar cəmiyyətin mənfəətinin bir hissəsini dividend şəklində almaq, səhmdar cəmiyyətin idarə olunmasında iştirak etmək və o, ləğv edildikdən sonra qalan əmlakın bir hissəsini əldə etmək hüququnu özündə təsbit edən qiymətli kağızdır.**

Səhmdar cəmiyyətin Nizamnamə kapitalı adı (sadə) və imtiyazlı səhmlərin yerləşdirilməsi nəticəsində formalaşdırılır. **Sadə (adi) səhmlər səhmdar cəmiyyətin Nizamnamə kapitalının 75 faizindən az, imtiyazlı səhmlər isə 25 faizindən çox ola bilməz.** Adi səhm sahiblərinə – səhmdarlara – aşağıdakı hüquqları verir:

a) səhmdarların ümumi yığıncağında səsvermə yolu ilə («bir səhm – bir səsdir» prinsipilə) səhmdar cəmiyyətin idarə olunmasında iştirak etmək;

b) dividend əldə etmək;

c) səhmdar cəmiyyətin ləğv edilməsi zamanı onun əmlakının bir hissəsini almaq.

İnvestorlar adı səhm alaraq səhmdar cəmiyyətin Nizamnamə fonduna müddətsiz pay qoyurlar. Adi səhmlərin mülkiyyət hüququnun daşıyıcısı kimi əsas xüsusiyyətlərindən biri ondan ibarətdir ki, səhmdar verdiyi payı səhmdar cəmiyyətdən geri tələb edə bilməz. Deməli, adi səhm – müddətsiz qiymətli kağızdır.

İmtiyazlı səhmlərin sahibləri səhmdarların ümumi yığıncağında səsvermə hüququna malik olmasalar da dividend əldə etməkdə və cəmiyyət ləğv edilərkən onun əmlakından pay almaqda üstün hüquqa malikdirlər. Bir qayda olaraq, imtiyazlı səhmlərə müəyyən edilmiş sabit dividend verilir.

Bir müəssisə digərinin Nizamnamə kapitalında üstün iştirakına və ya onlar arasında bağlanmış müqaviləyə görə onun qəbul etdiyi qə-

rarları müəyyənləşdirmək imkanına malik olursa, onda **ikinci müəssisə birincinin törəmə müəssisəsi hesab edilir**. Törəmə müəssisə əsas müəssisənin borcları üçün cavabdeh deyildir.

Törəmə müəssisə, baş (əsas) müəssisənin verdiyi göstərişlər əsasında bağladığı əqdlər (müqavilələr) üzrə onunla birgə məsuliyyət daşıyır. Əsas müəssisə törəmə müəssisəyə yalnız onlar arasında bağlanmış müqavilədə nəzərdə tutulmuş məcburi göstərişləri verə bilər.

Törəmə müəssisənin iştirakçıları (səhmdarları) baş (əsas) müəssisədən onun təqsiri üzündən törəmə müəssisəyə dəymiş zərərin əvəzini ödəməyi tələb edə bilərlər. Əsas müəssisə, yalnız onun verdiyi məcburi göstərişin törəmə müəssisə tərəfindən icrası nəticəsində baş vermiş zərəərə görə təqsirli hesab edilə bilər.

Törəmə müəssisə əsas müəssisənin təqsiri üzündən müflis olduqda əsas müəssisə onun borcları üzrə subsidiar məsuliyyət daşıyır. Törəmə müəssisə yalnız əsas müəssisənin onun üçün məcburi göstərişini icra etməsi nəticəsində müflis olduqda bu, əsas müəssisənin təqsiri üzündən baş vermiş sayılır.

Müəssisənin Nizamnamə kapitalının iyirmi faizindən çoxu digər müəssisəyə mənsub olduqda belə müəssisələr asılı müəssisələr hesab edilirlər.

4. Sahibkarlığın təşkilati-iqtisadi formaları, firmanın xarici və daxili mühiti

Sahibkarlıq fəaliyyəti təkrar istehsalın bütün mərhələlərində – istehsal, bölgü, tədavül (müvadiyə) və istehlak – yaradıla bilər. Sahibkarlığın müxtəlifliyi – növləri və formaları – həm bununla və həm də bu fəaliyyətin təsnifləşdirilməsi meyarlarının fərqli olmasından irəli gəlir. Həmin meyarlar isə sahibkar fəaliyyətinin təyinatı (istehsal, qeyri-istehsal), mülkiyyətin forması (dövlət, xüsusi, kollektiv, bələdiyyə və s.) və mülkiyyətçilərin sayı (firmanın ölçüsü, miqyası), sahibkarlığın təşkilati-hüquqi və təşkilati-iqtisadi formalarından ibarətdir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti təyinatına və ya növünə görə 4 qrupa bölünür – istehsal, kommersion, maliyyə və məsləhət (konsaltinq).

Sahibkarlığın istehsal təyinatlı növü əsasdır; kommersion, maliyyə və məsləhət növləri isə onun törəmələridir və ona xidmət edirlər. Elmi mücərrədçiliyə yol verməklə göstərmək olar ki, sahibkarlığın

istehsal təyinatlı növü olmasaydı, digərləri də nəinki olmazdı, onlara heç ehtiyac da qalmazdı.

Məqsəd istehsal sahibkarlığı və ya istehsal firmalarının iqtisadiyyatı məsələlərini şərh etmək olduğundan, ilk öncə, sahibkarlığın «törəmə» növlərinin qısa bundan sonra isə istehsal sahibkarlığının şərhini vermək metodiki baxımdan daha düzgün olardı. Beləliklə, kommersiya sahibkarlığı haqqında.

Kommersiya sahibkarlığı. Bu növ sahibkarlıqdan məqsəd əmək məhsullarının istehsalı və istehlakı ilə məşğul olan firmalar arasında ticarət vasitəsi ilə mənfəət əldə etməkdir. Kommersiya sahibkarlığı əmtəə birjaları və ticarət təşkilatları vasitəsilə həyata keçirilir.

Firmaların istehsal vasitələri əldə etmələri üçün əlaqəyə girdikləri vasitəçilərdən biri olan əmtəə birjası bazar iqtisadiyyatı sisteminə xas olan infrastrukturun tərkib hissələrindən biridir. O, alıcı və satıcının müvafiq razılaşmaları əsasında formalaşan əmtəələrin real qiymətləri ilə realizə olunan bazarıdır – kommersiya firmasıdır, hüquqi şəxsdir.

Əmtəə birjasının məqsədi əmək məhsullarının istehsalçısı və istehlakçısı arasında, müəyyən qaydalar əsasında, kommersiya sövdələşmələrinə nail olmaqdır. Əmtəə birjası kommersiya sahibkarlığının, başqa sözlə, əmək məhsullarının inkişaf etmiş topdansaş ticarəti növlərindən biridir.

Kommersiya sahibkarlığının bir növü də hazır məhsulun alqı-satqısı üzrə vasitəçilik etməkdir – istehsalçıdan alıb istehlakçıya satmaqdır. Bunu isə həyata keçirən ticarət təşkilatlarıdır.

Maliyyə sahibkarlığı. Maliyyə sahibkarlığının əsas qurumları kommersiya bankları və fond birjalarıdır.

Maliyyə (maliyyə-kredit) sahibkarlığının fəaliyyət sferası tədaviyə, dəyərlərin mübadiləsidir. Sahibkarlığın bu formasının özünəməxsusluğu onun digər sahibkarlıq növlərinə – istehsal, kommersiya və s. – müdaxilə etməklə yanaşı, müstəqil şəkildə bank, sığorta işi kimi fəaliyyət növləri ilə məşğul olmaqdır.

Əvvəlcə kommersiya bankları haqqında.

Kommersiya bankı səhmdar cəmiyyəti tipli maliyyə-kredit təşkilatıdır. O, ödənişli əsasla kommersiya təşkilatlarını kreditləşdirməklə müştərilərin tapşırığı ilə pul əmanətləri (depozitlər) qəbul etmək və başqa hesablaşma əməliyyatları həyata keçirməklə məşğul olur.

lar. Kommersiya banklarının gəlir mənbəyi cəlb olunmuş (depozit) və ssuda verilmiş vəsaitin faiz dərəcələri arasındakı fərqdən ibarət olur.

Kommersiya sahibkarlığının başqa bir qurumu isə fond birjalarıdır. Bu birjalar, yeni təsərrüfatçılıq şəraitində, mütəmadi fəaliyyət göstərən qiymətli kağızların alqı-satqı bazarıdır. Fond birjasının əsas fəaliyyəti istiqamətləri qiymətli kağızların məzənnəsini (kursunu) müəyyən etmək və kapitalın səfərbərlik səviyyəsinin yüksəlməsinə şərait yaratmaqdır. Fond birjalarında qiymətli kağızların məzənnəsi isə onun faiz və ya dividend şəklində gətirdiyi gəlir və ssudanın faiz dərəcəsi vasitəsilə müəyyən olunur.

Fond birjasına xarici valyutanın alqı və satqısı da aid edilir.

Məsləhət (konsaltinq) sahibkarlığı. Konsaltinq – əmək məhsulunun istehsalçısı, istehlakçısı və onların vasitəçilərinə iqtisadi və idarəetmə məsələləri üzrə müxtəlif məsləhətlər, tövsiyələr vermək və onların reallaşdırılması yollarını göstərməyə yönəldilmiş sahibkarlıq fəaliyyətidir.

Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə məsləhət xidmətinə çəkilən xərclər yeni maşın və avadanlıqların alınmasına çəkilən xərclərlə müqayisədə daha səmərəli hesab olunur. Çünki bəzi firma və müəssisələr özlərinin istehsal potensialını – idarəetmə işində yol verdikləri nöqsanlar ucbatından – reallaşdırma bilmirlər.

Artıq çoxdandır ki, konsaltinq tipli sahibkarlıq ölkələrarası əməkdaşlığa çevrilmiş, beynəlxalq əhəmiyyət kəsb etmişdir – bir ölkənin məsləhətçi-menecerləri digər ölkənin firma və müəssisələrinə öz tövsiyələrini verməyə başlamışlar.

İstehsal sahibkarlığı. Sahibkar fəaliyyəti növləri içərisində istehsal sahibkarlığı aparıcı rola malikdir. Bu sahibkarlıqdan məqsəd – mənfəət əldə etmək üçün – məhsul hazırlamaq, istehsal xarakterli işlər görmək və xidmətlər göstərməkdir.

Sahibkarlığın bu növü istehsal etmək və xidmətlər göstərməklə yanaşı, həm də digər fəaliyyət növləri ilə – istehsal istehlakı, investisiya və innovasiya, elmi-texniki fəaliyyətlə – məşğul olurlar.

Sahibkarlığın bu növü ilə məşğul olan hər kəs nəyi nə qədər və necə istehsal edəcəyini, kimə satacağını əvvəlcədən müəyyənləşdirməlidir. İstehsal sahibkarlığının ən ümumi şəkildə verilən bu funksi-

ya və vəzifələri sonrakı bölmə və fəsillərdə tədricən və ardıcılıqla konkretləşdirilib izah ediləcəkdir.

Sahibkarlığın əvvəllər haqqında bəhs edilən təşkilati-hüquqi formaları ilə yanaşı, inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində təşkilati-iqtisadi formaları da olur. Bunlar konsern, assosiasiya, konsorsium, kartel, sindikat və maliyyə-sənaye qruplarıdır (MSQ).

Sahibkarlığın təşkilati-iqtisadi formalarında prioritet məsələ iqtisadi məsələdir, istehsal münasibətləridir.

Konsern – kapitalın və istehsalın yüksək səviyyədə təmərküzləşməsi və mərkəzləşməsi əsasında yaradılmış səhmdar cəmiyyətidir. Konsern özünün müxtəlif törəmə şirkətlərin səhmlərə nəzarət paketini əldə edir. Eyni zamanda, onun (konsernin) törəmə müəssisələri digər, bəzi hallarda hətta əcnəbi ölkələrin səhmdar cəmiyyətlərinin səhmlərinə nəzarət paketini ala bilərlər.

Konsernin tərkibinə yalnız müxtəlif sənaye və nəqliyyat sahələrinin müəssisələri deyil, həm də bank, sığorta və digər firmalar da daxil ola bilər. Konsernə daxil olan müəssisə formal olaraq müstəqilliyini saxlayır. Faktiki olaraq onlar konsernin tam nəzarətində olurlar. Müasir konsernlər üçün müxtəlif ölkələrin firmalarının birliyi, beynəlxalq əmək bölgüsünə əsaslanan istehsalın təşkilati formalarından olan ixtisaslaşma və kooperativləşmə də səciyyəvidir.

Konsernin təlimatına görə, bir müəssisə eyni zamanda iki konsernin tərkibinə daxil ola bilər.

Sahibkarlığın təşkilati-iqtisadi formalarından biri də assosiasiyadır.

Assosiasiya – müəyyən məqsədə çatmaq üçün iqtisadi cəhətdən müstəqil müəssisə, təşkilat və fiziki şəxslərin birliyi, ittifaqıdır. Assosiasiya konsernlə müqayisədə «demokratik» bir birlikdir. Belə ki, assosiasiyaya daxil olan bir müəssisə digər, başqa analogi qurumun da üzvü ola bilər. Bir qayda olaraq assosiasiya öz hərəkətinə görə, eyni ərazidə yerləşən ixtisaslaşmış müəssisələrdən ibarət olur. Bu qəbildən olan birliklər birgə səy əsasında elmi-texniki, istehsal, iqtisadi, sosial və digər məsələlərin həlli ilə məşğul olurlar.

Konsorsium – konkret və həm də, miqyasına görə nəhəng bir iqtisadi layihəni reallaşdırmaq üçün müəssisə və təşkilatların müqaviləyə əsaslanan müvəqqəti birliyidir; banklar və sənaye müəssisələri

arasındakı razılaşmadır. Fərdlərin çoxluğu riskin dərəcəsini azaldır, çünki, nəticə üçün məsuliyyət daşıyanların sayı çox olur.

Birliyin öz qarşısında qoyduğu məqsədə nail olunduqdan sonra o öz fəaliyyətini dayandırır.

Kartel – iqtisadi-təyinatı, konstruksiyası və hazırlanma texnologiyasına görə həmcins məhsul istehsal edən müəssisələrin ittifaqıdır. Kartelin müəssisələri istehsal və kommersiya müstəqilliklərini və hüquqi şəxs statuslarını saxlayır, tərəfdaş sahibkarlar isə istehsal və satışda öz payları, satışın şərtləri, qiyməti və bazar barədə razılığa gəlirlər. Hazırda kartelə daxil olan iri trestlər bazarda inhisar yaratmaq əsasında maksimum mənfəət əldə etmək uğrunda mübarizə aparırlar.

Sindikat – kartel tipli inhisar birliyinin formalarından olub məqsədi iştirakçılar (tərəflər) arasında satış və xammal tədarükü sahələrindəki rəqabəti azaltmaq və bazarlara nəzarət yolu ilə inhisar mənfəəti əldə etməkdir. Karteldən fərqli olaraq sindikatın (əsas) xüsusiyyəti məhsul satışının təmərküzləşdirilməsidir. Əgər karteldə onun iştirakçılarının hər biri öz məhsullarını müstəqil satırlarsa və xammalı özləri sərbəst tədarük edirlərsə sindikatda bu işi vahid orqan – kontora həyata keçirir. Sonuncu sifarişləri təmərküzləşdirməklə, onları iştirakçılar arasında – əvvəlcədən razılaşdırılmış kvota əsasında – bölüşdürür.

Sindikat adətən səhmdar cəmiyyət formasında yaradılır. O, məhsul istehsalının öz əlində cəmləşdirməklə bazar şərtlərini və qiyməti diktə edir.

Sindikatın üzvləri ayrı-ayrı müəssisələrlə yanaşı, konsern, trest və s.-də ola bilər.

Müasir dövr üçün yeni olan sahibkarlığın təşkilati-iqtisadi formalarından biri **maliyyə-sənaye qruplarıdır** (MSQ). Hələ 23 aprel 1996-cı ildə qəbul olunmuş «Maliyyə-sənaye qrupları haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu»nun ikinci maddəsində deyilir: «Maliyyə-sənaye qrupu istehsalın rəqabət qabiliyyətini və səmərəliliyini yüksəltmək..., elmi-texniki tərəqqini sürətləndirmək, investisiya layihələri və proqramlarını birgə həyata keçirmək məqsədi ilə qrup iştirakçılarının maddi və maliyyə ehtiyatlarını müqavilə əsasında birləşdirmək və investisiyalar cəlb etmək üçün yaradılır».

MSQ-lər sənaye, bank, sığorta və ticarət kapitalı və habelə, müəssisə və təşkilatların intellektual imkanlarının birliyidir.

Bütövlükdə cəmiyyətin, o cümlədən, sahibkarın özünün ehtiyac-
larının təminatı sahibkarlıq üçün yaranmış mühitin, şəraitin necəli-
yindən bilavasitə asılı olur.

Sahibkarlıq mühitinə aşağıdakı ünsürlər aid edilir:

1. İqtisadi azadlıq. Bu – azad sahibkarlığın həlledici şərtləri, ba-
zar iqtisadiyatının təməl prinsipidir. Bunsuz heç bir növ sahibkarlıq
fəaliyyəti ilə məşğul olmaq qeyri-mümkündür; onsuz bazara çıxmaq,
istehsal resursları əldə etmək, müəyyən mülkiyyətə sahib olmaq im-
kanı qeyri-real bir istəkdir. İqtisadi azadlıq olmayan bir mühitdə sa-
hibkarlığın əxlaqı, mənəvi və etik cəhətlərinin mövcudluğundan da
söhbət belə gedə bilməz.

2. Şəxsi maraq. Bu – sahibkarlıq üçün «lokomotiv», sahibkarın
isə varlanmağa, öz mülkiyyətini çoxaltmağa sövqedici qüvvədir.

3. Bazarın miqyası. Bu – sahibkarlıq fəaliyyətinin nəticələrinin
realizə olunma imkanlarının ölçüsüdür. Bazar nə qədər geniş və sivil
olarsa, sahibkarlığın inkişafı üçün o qədər şərait yaranmış olar.

4. Rəqabət mübarizəsi. Bu – bazarın birbaşa, sahibkarlığın do-
layısı ilə nizamlanması, iqtisadi azadlıqla şəxsi marağın sərhədlərinin
müəyyən edilməsidir.

5. Dövlətin məhdudlaşdırılmış rolu. Bu – dövlətin sahibkarlığa
müdaxiləsinin optimal, yol verilməsi mümkün olan maksimum həd-
didir. Bu həddin düzgün müəyyən edilməməsi – həm çoxluğu və həm
də azlığı sahibkarlığa yalnız ziyan gətirə bilər.

Sahibkarlığın xarici və daxili mühiti onun özünə təsir edən bir sı-
ra amillər doğurur. Öz-özlüyündə aydındır ki, müəssisədən kənar
amillər **firmaların fəaliyyəti üçün xarici**, müəssisənin özündən asılı
olan amillər isə onun **daxili mühitindən** irəli gələn amillərdir.

Firmadan asılı olmayan, onlara təsir etmə imkanı yox dərəcəsində
olan xarici amillər firmanın iqtisadi inkişafını ləngidə və ya sürətlən-
dirə bilər. Sahibkarın səriştəsi həmin amilləri nəzərə almaq bacarığı
və onlardan mümkün səviyyədə faydalana bilmək qabiliyyəti ilə
müəyyən edilir.

Firmanın fəaliyyətinə təsir edən xarici mühitin doğurduğu amillər
aşağıdakılardır:

a) **təbii-demoqrafik amillər.** Firmanın yerləşdiyi regionun iqlim
şəraiti, əmək qabiliyyətli əhəlinin sayı, onların cins-yaş tərkibi və s;

b) **sosial-mədəni amillər**. Əhalinin əxlaqi-mənəvi səviyyəsi, dinə münasibəti, təhsil senzi (səviyyəsi);

c) **texnoloji amillər**. Ölkə sənayesinin, elm və texnikasının inkişaf səviyyəsi, tətbiq olunan texnologi istehsal üsulunun mükəmməllik dərəcəsi;

d) **iqtisadi amillər**. Bazarların inkişaf səviyyəsi, ölkənin maliyyə, pul-kredit və vergi siyasəti, rəqabətin dərəcəsi, gəlirlərin bölgüsünün xarakteri və s.

e) **hüquqi amillər**. Təsərrüfat hüququnun inkişaf səviyyəsi, dövlətin sahibkarlığa münasibəti, sahibkarlığın müdafiəsi üçün qanunvericilik aktların mövjudluğu və s;

f) **siyasi amillər**. Ölkədaxili siyasi sabitlik, dövlətlə cəmiyyətin qarşılıqlı münasibətləri.

Yuxarıda sadalanan amillərin əksəriyyətini dövlətin tənzimləmə tədbirləri və müəyyən qanunvericilik aktları vasitəsilə dəyişmək, təkmilləşdirmək və hətta ləğv etmək də olar. Burada istisnalıq təşkil edən təbiətlə bağlı amillərin bir qismidir –məsələn, iqlim şəraitidir, regionun seysmiklik dərəcəsidir və s. Bundan əlavə yuxarıda göstərilən xarici mühitin doğurduğu bir çox amillər hələ firmanın –məhsuldar qüvvənin ünsürü kimi – tikilməsindən (yaradılmasından) əvvəl də sahibkara məlum olur, onun tərəfindən nəzərə alınır və elə buna görə də o, sonradan sökülmək zərurəti yarana biləcək tikintiyə yol verə bilməz.

Müəssisə özünün texniki–texnoloji və iqtisadi inkişafının ən vacib və strateji məqsədlərini işləyib hazırlayarkən, bu məqsədlərin xarici mühitin doğurduğu hansı amillərin təsirinə məruz qalacağını əvvəlcədən müəyyən etməlidir;

Firmanın səmərəli fəaliyyətinə təsir edən amillər içərisində **daxili mühitin** – yaratdığı amillərin də özünəməxsus rolu və yeri vardır. Firmadaxili amillərin – xarici amillərlə müqaisədə – idarə edilməsi, nəzarətdə saxlanması sahibkar üçün ciddi çətinliklər yaratmır.

Firmanın daxili mühitini, hər şeydən öncə, onun istehsal potensialı (gücü) müəyyən edir. İstehsal potensialı yaradıcı xüsusiyyətə malik fəaliyyətlə məşğul olmaq üçün – məhsul istehsal etmək, istehsal xarakterli işlər görmək və xidmətlər göstərmək – müəssisənin sərəncamında olan istehsal resurslarının məcmusudur. Bu resursların

kəmiyyət və keyfiyyət parametrləri, həmçinin, onların müvafiq nisbətdə qarşılıqlı təsiretmə əsasında baş verən inteqrasiyası müəssisənin istehsal imkanını müəyyən edir.

Müəssisənin istehsal potensialının keyfiyyəti, mükəmməlliyi yeni məhsulların yaradılması ilə müəyyən olunur, onun elementləri isə hazırlanan məhsulun tələblərinə, texniki-iqtisadi baxımdan, uyğunlaşdırılmalıdır. İstehsal potensialı özünün bu təyinatını o vaxt yerinə yetirə bilər ki, onun elementlərinin tərkibi və xarakteristikası hazırlanan məhsulun texniki parametrlərinə uyğun gəlsin və bununla müəyyən edilsin. Yalnız bu halda istehsal potensialının bütün elementləri müəssisə qarşısında duran ümumi məqsədə xidmət edə bilər. Hər bir elementin yeri və funksiyası bütövlükdə elementlərin məcmusu qarşısında qoyulan tələblərlə müəyyən olunur və onun səfərbərlik səviyyəsini xarakterizə edir. Müəssisənin daxili mühitini kadrlar, istehsal vasitələri (əmək vasitələri və əmək cismləri), informasiya və maliyyə vəsaitləri təşkil edir.

Müəssisənin kadrları, əmək vasitələri (istehsal əsas fondları), əmək cismləri (dövriyyə fondları) haqqında kitabın dördüncü bölməsində ətraflı məlumat veriləcəkdir.

Daxili mühitin doğurduğu amillərdən biri kimi informasiyaya gəlinə, göstərmək lazımdır ki, müəssisədə informasiya öz tərkibinə görə, kommərsiya, texniki və operativ informasiyalardan ibarət olur. Kommərsiya informasiyası məhsulun reallaşdırılması və istehsal xərclərinə aid olan məlumatları əks etdirirsə, texniki informasiya məhsulun xarakteristikası və onun istehsalı texnologiyası haqqında məlumatlar toplusudur. Operativ informasiya əsasında istehsal heyətinə tapşırıqlar verilir, onları iş yerləri üzrə bölüşdürür, istehsal prosesinin gedişinə nəzarət edir, uçot və tənzimləmə kimi funksiyaları həyata keçirirlər.

Məlum olduğu kimi, firmanın istehsal etdiyi məhsulun rəqabət qabiliyyəti, nəticə etibarilə bütövlükdə firmanın özünün qərabət qabiliyyətini müəyyən edir. Lakin məhsulun rəqabət qabiliyyəti və, uyğun olaraq, rentabelliği səviyyələrinin aşağı düşməsi və nəticə etibarilə firmanın da analoji prosesə məruz qalması sahibkar üçün eyni təsir gücünə malik hadisələr deyil. Belə ki, birincisi, əgər firmanın rəqabətə davamlığı müddəti nisbətən uzun bir dövrü əhatə edə bilirsə,

məhsulun rentabellik səviyyəsi uzun müddət davam edə bilməz, məhsulun «talei» həftə, ay və ya il ərzində həll olunur – istehsalından imtina edilir. İkincisi, məhsuldan fərqli olaraq, firmanın rəqabət qabiliyyətini tək istehlakçı deyil, sahibkar özü də qiymətləndirir; mövcud olan bazar konyunkturasında bu və ya digər məhsulun istehsalı zəruriliyini (faydalılıq baxımından) məhs o özü müəyyən edir. Üçüncüsü, bir məhsulun rəqabət qabiliyyətinin aşağı düşməsi firmanın uyğun göstəricisinə təsir edə bilər, lakin firmanın «istehsaldan çıxarılması» məsələsini həll edə bilməz.

Firmanın rəqabət qabiliyyətinin necəliyi nisbi göstəricidir, başqa sözlə, onun rəqib firma ilə müqaisədə istehsalının səmərəliliyi və məhsulun istehlakçıları qane etməsi – keyfiyyəti və qiymətinə görə – səviyyəsini səciyələndirir.

Bütün bunlardan əlavə, adətən firma müəssisə ilə müqaisədə, geniş nomenklaturada məhsul istehsal edir, sənaye xarakterli müxtəlif işlər görür və geniş çeşiddə xidmətlər göstərir.

Firma ilə müqaisədə əgər müəssisə – iqtisadi təyinatı baxımından – monoprofilli, monoməhsullu istehsal subyektidirsə, firma çox hallarda bir neçə müəssisəni özündə birləşdirən geniş nomenklatura və həm də, müxtəlif iqtisadi təyinatlı məhsullar istehsalı ilə məşğul olur.

İnkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində bir sıra firmalar «üfüqi», «şaquli» və habelə «konqlomerat» (mexaniki, qaydasız qarışıq) tipli birliklər kimi fəaliyyət göstərirlər. Məsələn, ABŞ-in iri poladəridən firmaları olan «Betlexm Stil», «Ripablik Stil» və s. həmin istehsalın bütün mərhələlərinin müəssisələrinə (filiz mədəni, kömür saxtası, əhəng karxanası, domna və marten sobaları, yayma stanları və s.) malik şaquli tipli kombinəlanmış birliklərdir.

Yaxud, «Kroqer», «Seyfuey» və s. bu kimi firmalar geniş şəbəkəli prəkəndə satış mağazalarına malik üfüqi tipli birliklərdir.

Konqlomerat firmalara misal olaraq ABŞ-in «İnterneşnl telefoun end teleqraf» firmasını göstərmək olar. O, adına uyğun gələn məhsulların istehsalından əlavə otellərin istismarı, çörək-bulka və tədris ləvazimatları istehsalı və habelə sığorta xidməti təklif etməklə öz iqtisadiyyatının tarazlı inkişafına nail ola bilər.

Firmanın çoxprofilli istehsal olması və müxtəlif xidmətlər göstərməsi onun müvazinətli (tarazlı), rəqabətə dözümlü fəaliyyətinin

təminatçısı kimi çıxış edir. Belə ki, əgər onun məhsullarından birinin ömrü sona yaxınlaşdığından rentabellik səviyyəsi tədricən aşağı düşsə, başqa iqtisadi təyinatdan olan digərinin həyat tsikli yeni başlandığından onun rentabellik səviyyəsi yüksək olur və bu səbəbdən də firmanın iqtisadi inkişafı və sosial tərəqqisində sarsıntılar olmur.

Müxtəlif məhsulların həyat tsiklərinin ayrı-ayrı dövrləri üçün firma müxtəlif qiymət növlərindən istifadə etməklə, onların rentabelliyyəsinin səviyyəsinin sabit qalması dövrünü az və ya çox dərəcədə uzada bilir.

5. Firmanın yaradılması və ləğvi qaydaları

Müəssisə (firma) əmlak mülkiyyətçisinin (mülkiyyətçilərinin), yaxud onun (onların) vəkil etdiyi orqanın, müəssisənin, təşkilatın qərarı ilə yaradıla bilər. Firmanın təsisçisi aşağıdakılar ola bilər:

1. Dövlət əmlakını idarəetməyə vəkil edilmiş dövlət orqanları;
2. Azərbaycan Respublikasının fiziki və hüquqi şəxsləri;
3. Xarici dövlətlər;
4. Əcnəbi ölkələrin vətəndaşları;
5. Beynəlxalq təşkilatlar.

Müəssisə və ya firma yaradılarkən təsisçilər, habelə müəssisə və təsisçi (təsisçilər) arasındakı qarşılıqlı münasibətləri tənzimləmək məqsədilə təsis müqaviləsi tərtib olunur. Təsis müqaviləsində müəssisənin adı və növü, təsisçilər haqqında məlumat, Nizamnamə fondu, hər təsisçinin bu fondakı payı, öhdəliklər, mənfəətin bölüşdürülməsi qaydası və s. göstərilir.

Fərdi və dövlət müəssisələri təsis edilərkən təsis müqaviləsi tərtib edilmir.

Təşkilati-iqtisadi və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq bütün müəssisələr nizamnamə əsasında fəaliyyət göstərirlər.

Müəssisənin nizamnaməsi təsisçisi bir fiziki və ya hüquqi şəxs olduqda onun özü tərəfindən, müəssisənin təsisçiləri iki və daha çox olduqda isə təsisçilərin ümumi yığıncağı tərəfindən qəbul edilir.

Müəssisənin nizamnaməsində onun adı və növü, hüquqi ünvanı, təsisçilər haqqında məlumat, müəssisənin hüquq və vəzifələri, Nizamnamə fondu, fəaliyyətinin məzmunu və məqsədi, idarəetmə və nəzarət orqanları, səlahiyyəti, müəssisə əmlakının yaranması və mən-

fəətin (gəlirin) bölüşdürülməsi qaydası, yenidən təşkil olunmanın şərtləri, müəssisənin fəaliyyətinin dayandırılması və ləğvi məsələləri göstərilir.

Ölkə prezidenti İ. Əliyevin «Sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin fəaliyyətinin «bir pəncərə» prinsipi üzrə təşkilinin təmin edilməsi haqqında» sərəncamına qədər Azərbaycan Respublikasında müəssisələrin yaradılması aşağıdakı qaydalar əsasında həyata keçirilirdi.

Ədliyyə Nazirliyində qeydiyyatdan keçdikdən sonra firma və ya müəssisə yaradılmış hesab olunurdu. Müəssisənin dövlət qeydiyyatından keçməsi üçün Ədliyyə Nazirliyinə təsisçi tərəfindən aşağıda göstərilən sənədlər təqdim edilirdi:

a) təsisçinin ərizəsi. Ərizə təsisçi (bir neçə təsisçi olduqda isə, bütün təsisçilər) və ya onun (onların) müvafiq qaydada vəkil etdiyi şəxs tərəfindən imzalanır və notariat qaydasında təsdiqlənirdi.

b) təsis sənədləri dövlət qeydiyyatından keçirilən müəssisənin təsisçisi (təsisçiləri) və ya onun (onların) səlahiyyətli nümayəndəsi tərəfindən təsdiq edilmiş nizamnaməsi, həmin müəssisənin yaradılması və nizamnaməsinin təsdiq olunması haqqında qərar (qərarı qeydiyyatdan keçmək istəyən müəssisənin təsisçiləri tərəfindən onun təsis edilməsi niyyəti, birləşmə, ayrılma və bölünmə zamanı yeni müəssisə yaradılarkən yenidən təşkilinin şərtləri, nizamnamənin təsdiq edilməsi, qanuni təmsilçi və onun səlahiyyətləri, habelə təsisçilər tərəfindən zəruri hesab olunan digər məsələlər göstərilir və bu qərar bütün təsisçilər tərəfindən imzalanır);

c) dövlət rüsumunun ödənilməsi haqqında sənəd;

d) təsisçi hüquqi şəxs olduqda onun dövlət qeydiyyatı haqqında şəhadətnaməsinin (dövlət reyestrindən çıxarışın) və nizamnaməsinin notariat qaydasında təsdiq olunmuş surəti;

e) icraedici və sərəncamverici səlahiyyətlərə malik olan qanuni təmsilçinin adı, soyadı, atasının adı, yaşayış yeri barədə məlumatları əks etdirən və onun təmsilçilik səlahiyyətini təsdiq edən sənəd, habelə notariat qaydasında təsdiq olunmuş imza nümunələri;

f) dövlət qeydiyyatından keçirilən müəssisənin hüquqi ünvanını təsdiq edən sənəd.

Yenidən təşkil nəticəsində yaradılan müəssisələrin dövlət qeydiyyatına alınması barədə ərizəyə habelə aşağıdakılar əlavə edilirdi:

- yenidən təşkil haqqında qərar;
- təhvil aktı və ya bölünmə balansı;
- mətbuatda müvafiq elanın dərc olunması barədə məlumat.

Respublikada müəssisənin dövlət qeydiyyatı, bir qayda olaraq, 40 gündən gec olmayaraq həyata keçirilirdi. Dövlət qeydiyyatına alınması üçün ərizə və ona əlavə edilməli olan sənədlər Ədliyyə Nazirliyinə təqdim olunduqdan sonra, bu orqan 30 gün müddətində onların Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasına, "Hüquqi şəxslərin dövlət qeydiyyatı və dövlət reyestri haqqında" qanuna və digər qanunvericilik aktlarına uyğunluğunu yoxlayırdı. Müstəsna hallarda, yoxlama zamanı əlavə araşdırma aparılması zərurəti yarandıqda, bu müddət daha 30 günə qədər uzadıla bilər. Təqdim edilmiş sənədlərdə müəssisənin dövlət qeydiyyatına alınması üçün imtinaya səbəb olmayan çatışmazlıqlar aşkar edildikdə, bu çatışmazlıqların 20 gün müddətində aradan qaldırılması üçün həmin sənədlər geri qaytarılırdı. Bu zaman imtinaya səbəb olmayan bütün çatışmazlıqlar qeydiyyat orqanı tərəfindən eyni vaxtda aşkar edilməli və aradan qaldırılması üçün müraciət edənə qaytarılmalı idi.

Dövlət qeydiyyatını həyata keçirən orqan tərəfindən təqdim edilmiş sənədlər yoxlanıldıqdan və ya həmin sənədlərdə aşkar edilmiş çatışmazlıqlar aradan qaldırıldıqdan sonra, 10 gündən gec olmayaraq, müəssisə dövlət qeydiyyatından keçirilir və ona dövlət qeydiyyatı haqqında şəhadətnamə və ya dövlət qeydiyyatına alınmasından imtina (qanunvericiliyin həmin imtinaya səbəb olmuş müddəaları göstərilməklə və izah edilməklə) barədə yazılı məlumat verilir.

Müəssisəyə, onun yuxarıda qeyd olunan müddətdə, dövlət qeydiyyatına alınmasından imtina barədə cavab verilmədikdə, həmin müəssisə dövlət qeydiyyatına alınmış hesab olunur. Bu halda qeydiyyat orqanı 10 gündən gec olmayaraq müəssisəyə dövlət qeydiyyatı haqqında şəhadətnamə verməlidir.

Müəssisənin dövlət qeydiyyatı haqqında məlumat Azərbaycan Respublikasının uçot vahidlərinin dövlət reyestrinə daxil edilmək üçün qeydiyyat orqanı tərəfindən Maliyyə Nazirliyinə, Dövlət Statistika Komitəsinə və müəssisənin yerləşdiyi ərazinin Dövlət vergi müfəttişliyi orqanına göndərilirdi.

Göründüyü kimi, yuxarıda təsvir olunan qaydalar çox mürəkkəb, çox pilləli və elə bunlara görə də xeyli vaxt tələb edən proseduralar idi. Lakin məlum nöqsanlarına baxmayaraq sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq məqsədilə müəssisə və firmaların yaradılması qaydaları öz dövrü üçün müəyyən müsbət rol oynadığından məqbul sayılmalıdır. Bununla yanaşı o da bir fakt idi ki, həmin qaydalar sahibkarlıq fəaliyyətinin sürətləndirilməsinə lazımınca yardımçı ola bilmirdi. Məhz bu məqsədlə, başqa sözlə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafını sürətləndirmək üçün ölkə prezidenti 25 oktyabr 2007-ci il tarixli 2458 sayılı «Sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin fəaliyyətinin «bir pəncərə» prinsipi üzrə təşkilinin təmin edilməsi haqqında» Sərəncam imzaladı. Sərəncama müvafiq olaraq müəssisə və firmaların dövlət qeydiyyatı 01 yanvar 2008-ci ildən etibarən «bir pəncərə» prinsipi tətbiq olunmağa başladı. «Bir pəncərə» - vahid dövlət qeydiyyatı orqanı Azərbaycan Respublikasının Vergilər Nazirliyi müəyyən olunmuşdur.

Haqqında bəhs edilən Sərəncamın tətbiqi ilə bürokratiyaya («sənədlər hökmranlığına», «sənəd fetişizmi»nə), süründürməçiliyə son qoyulacaqdır; süni maneələri doğuran şəraitin yarana bilməsi imkanları yox dərəcəsinə endiriləcəkdir.

«Bir pəncərə» prinsipinə əsasən firma və müəssisələrin dövlət qeydiyyatı aşağıdakı qaydada həyata keçirilir.

Müəssisənin dövlət qeydiyyatına alınması barədə ərizə onun təsisçisi (bir neçə təsisçi olduqda isə bütün təsisçilər) tərəfindən və ya onun (onların) müvafiq qaydada vəkil etdiyi şəxs tərəfindən imzalanır və notariat qaydasında təsdiq olunduqdan sonra onun (onların) və yaxud vəkil edilmiş şəxs tərəfindən müvafiq vergi orqanına təqdim olunur. Ərizə ilə birlikdə dövlət rüsumunun ödənilməsinə təsdiq edən sənəd (qəbz) təqdim edilməlidir. Rüsum məbləğləri “Dövlət rüsumu haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə müəyyənləşdirir. Müəssisənin dövlət qeydiyyatına alınması “Kommersiya hüquqi şəxsin dövlət qeydiyyatı haqqında ərizə” əsasında aparılır. Ərizəyə aşağıdakılar əlavə edilir:

– firmanın (müəssisənin) təsisçisi (təsisçiləri) və ya onun (onların) səlahiyyətli nümayəndəsi tərəfindən təsdiq edilmiş 2 nüsxədə nizamnaməsi;

– firmanın (müəssisənin) yaradılması və nizamnaməsinin təsdiq edilməsi haqqında təsisçi (təsisçilər) tərəfindən imzalanmış qərar;

– “Kommersiya hüquqi şəxsin dövlət qeydiyyatı haqqında ərizə”nin təsisçilər barədə əlavəsi. Firmanın (müəssisənin) təsisçiləri həm hüquqi şəxs, həm də fiziki şəxs olduqda onların hər biri üçün tələb olunan xüsusi əlavə formaları doldurulur. Təsisçi fiziki şəxsə aid əlavə formada göstərilən pasport rekvizitləri Daxili İşlər Nazirliyinin pasport qeydiyyatı məlumatlarında təsdiqini tapmadıqda, müvafiq təsisçilərin şəxsiyyət vəsiqəsinin surətlərinin ərizəyə əlavə edilməsi tələb oluna bilər;

– dövlət qeydiyyatı ərizəsi vergi orqanına təqdim edilən tarixə cəmiyyətin müşahidə şurası seçilmişdirsə onun üzvləri barədə məlumatlar “Kommersiya hüquqi şəxsin dövlət qeydiyyatı haqqında ərizə”sinin müvafiq əlavəsi ilə təqdim olunur. Əlavədə göstərilən pasport rekvizitləri Daxili İşlər Nazirliyinin pasport qeydiyyatı məlumatlarında təsdiqini tapmadıqda, müşahidə şurasının müvafiq üzvlərinin şəxsiyyətini təsdiq edən sənədin surətlərinin ərizəyə əlavə edilməsi tələb oluna bilər;

– təsisçilər tərəfindən icraedici və sərəncamverici səlahiyyətlərə malik olan qanuni təmsilçinin və ya rəhbərin təyin edilməsi barədə qərarın surəti. Qanuni təmsilçinin və ya rəhbərin ərizədə göstərilmiş pasport rekvizitləri Daxili İşlər Nazirliyinin pasport qeydiyyatı məlumatlarında təsdiqini tapmadıqda, onun şəxsiyyət vəsiqəsinin surətinin ərizəyə əlavə edilməsi tələb oluna bilər;

– hüquqi şəxs statusu almaq istəyən qurumun hüquqi ünvanını təsdiq edən sənəd;

– məhdud məsuliyyətli cəmiyyət və ya səhmdar cəmiyyəti, bank və ya sığorta təşkilatı yaradıldıqda nizamnamə kapitalının ödənilməsinə təsdiq edən sənəd (bank qəbzi, daşınmaz əmlakın ipotekası və sair);

– firma (müəssisə) xüsusi vergi rejimi ilə fəaliyyət göstərəcəksə, bu barədə məlumat “Kommersiya hüquqi şəxsin dövlət qeydiyyatı haqqında ərizə”sinin müvafiq əlavəsi ilə təqdim olunur;

– ərizə təsisçinin (təsisçilərin) müvafiq qaydada vəkil etdiyi şəxs tərəfindən imzalandıqda vəkalətnamə ərizə ilə birlikdə təqdim edilir.

Yenidən təşkil nəticəsində yaradılan firma (müəssisə) tərəfindən “Yenidən təşkil olunmuş hüquqi şəxs barədə məlumat” forması təq-

dim olunmalıdır. Bu formaya müəssisənin yenidən təşkil nəticəsində yaranan hüquqi varisliyi barədə məlumatlar daxil edilir.

Firma (müəssisə) bank, sığorta, maliyyə-sənaye qrupudursa, müvafiq olaraq Mərkəzi Bankın, Maliyyə Nazirliyinin və İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Dövlət Xidmətinin ilkin razılığını təsdiq edən sənəd təqdim olunur.

Ərizəyə nizamnamə kapitalının ödənilməsini təsdiq edən sənəd (bank qəbzi, daşınmaz əmlakın ipotekası və s.), habelə, nizamnamə kapitalına pul formasında ödənilməyən əmlakın qiymətləndirilməsi haqqında müstəqil auditor rəyi əlavə edilməlidir.

Firmanın (müəssisənin) qeydiyyatata alınması üçün ərizə ilə müraciət edən, bu ərizə ilə birlikdə öz şəxsiyyət vəsiqəsini Vergilər Nazirliyində qeydiyyat yerində xüsusi kabinetdə sənədlərin qəbulunu həyata keçirən hüquqşünasa təqdim edir və hüquqşünas müraciət edənin ərizə təqdim etmək səlahiyyəti olduğunu müəyyənləşdirir. Daha sonra, hüquqşünas firmanın (müəssisənin) təsisçi fiziki şəxslərinin, rəhbər və qanuni təmsilçisinin, müşahidə şurası yaradılmışdırsa, onun üzvlərinin ərizə və onun əlavələrində göstərilən şəxsiyyət vəsiqəsi rekvizitlərinin Daxili İşlər Nazirliyinin məlumat bazasına uyğunluğunu yoxlayır və kənarlaşma aşkar etdiyi vəsiqələrin (pasportların) surətini tələb edir. Hüquqşünas qəbul etdiyi sənədlərin yerində olub-olmamasını və tam dəstliyini, ərizə və əlavələrdə göstərilən məlumatların sənədlərə tam uyğunluğunu müraciət edənin iştirakı ilə yoxlayır. Ərizə və onun əlavələrinin doldurulması zamanı buraxılmış hərf və ya rəqəm səhvləri üzrə hər bir səhvin qarşısında müvafiq qeyd edilməklə düzəliş aparılmalıdır. Dövlət qeydiyyatına alınması üçün imtinaya səbəb olmayan çatışmazlıqlar eyni vaxtda aşkar edilməli və aradan qaldırılması üçün müraciət edənə bildirilməlidir. Ərizənin qəbul edilməsi zamanı hüquqşünas tərəfindən qanunvericiliklə nəzərdə tutulmayan digər sənədlərin tələb edilməsinə yol verilmir.

Bank, sığorta, maliyyə-sənaye qrupu yaradıldıqda, ərizəyə əlavə edilmiş sənədlər arasında həmçinin müvafiq olaraq Milli Bankın, Maliyyə Nazirliyinin və İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Dövlət Xidmətinin qurumun yaradılması barədə ilkin razılığını təsdiq edən sənədin olub-olmaması müəyyən edilməlidir.

Sənədlər təqdim edilərkən onlar yoxlanılır və qəbul edildikdən sonra üç gün ərzində firma (müəssisə) qeydiyyatdan keçirilir.

Müəssisə aşağıdakı hallarda ləğv edilə bilər:

– onun təsisçilərinin (iştirakçılarının) və ya müəssisənin nizamnamə ilə vəkil edilmiş orqanının qərarı ilə, o cümlədən müəssisənin mövcudluğu üçün nəzərdə tutulan müddətin qurtarması və ya yaradılması zamanı qarşıya qoyulan məqsədin əldə edilməsi ilə əlaqədar olaraq;

– müəssisənin yaradılması zamanı yol verilmiş qanunvericilik pozuntuları ilə əlaqədar onun qeydiyyatının məhkəmə tərəfindən etibarsız sayıldığı halda;

– lazımı xüsusi icazə (lisenziya) olmadan fəaliyyət və ya qanunla qadağan edilmiş fəaliyyət həyata keçirildikdə və ya qanunvericilik digər şəkildə dəfələrlə və ya kobudcasına pozulduqda və ya ictimai birlik və ya fond onun nizamnamə məqsədlərinə zidd fəaliyyətlə müntəzəm məşğul olduqda məhkəmənin qərarı ilə.

Müəssisə müflis olma nəticəsində də ləğv edilir. Əgər ləğv edilən müəssisənin əmlakının dəyəri kreditorların tələblərinin ödənilməsi üçün yetərli deyildirsə, o yalnız müflis olma nəticəsində ləğv edilə bilər.

Müəssisənin ləğvi haqqında qərar qəbul etmiş təsisçilər (iştirakçılar) və ya nizamnamə ilə buna vəkil edilmiş orqanı bu barədə dövlət qeydiyyatını həyata keçirən orqana ləngimədən məlumat verməyə borcludurlar. Həmin orqan isə müəssisənin ləğv prosesində olduğu barədə məlumatları müəssisələrin dövlət reyestrinə daxil edir.

Müəssisənin ləğvi haqqında qərar qəbul etmiş müəssisənin təsisçiləri (iştirakçıları) və ya nizamnamə ilə buna vəkil edilmiş orqanı ləğvetmə komissiyasını (təsviyəçini) təyin edir, ləğvetmə qaydasını və müddətlərini müəyyənləşdirirlər.

Ləğvetmə komissiyasının təyin edildiyi andan müəssisənin işlərini idarə etmək səlahiyyətləri ona (komissiyaya) keçir. Ləğvetmə komissiyası ləğv edilən müəssisənin adından məhkəmədə çıxış edir.

Müəssisənin ləğvi qaydaları aşağıdakı kimidir:

1. Ləğvetmə komissiyası müəssisənin dövlət qeydiyyatı haqqında məlumatın dərc edildiyi mətbuat orqanlarında onun ləğv edilməsi və kreditorlarının tələblərinin bildirilməsi qaydası və müddəti haqqında

məlumat dərc etdirir. Bu müddət, ləğvetmə haqqında məlumatın dərc edildiyi gündən etibarən, iki aydan az ola bilməz. Ləğvetmə komissiyası kreditorları aşkar etmək və debitor borcları almaq üçün tədbirlər görür, habelə müəssisənin ləğvi haqqında kreditorlara bildiriş göndərir.

2. Kreditorların tələblərinin irəli sürülməsi müddəti qurtardıqdan sonra ləğvetmə komissiyası aralıq ləğvetmə balansı tərtib edir. Balans ləğv edilən müəssisənin əmlakının tərkibi, kreditorların irəli sürdükləri tələblərin siyahısı, habelə bu tələblərə baxılması nəticələri haqqında məlumatlar daxil edilir. Aralıq ləğvetmə balansını müəssisənin ləğvi haqqında qərar qəbul etmiş müəssisənin təsisçiləri (iştirakçıları) və ya nizamnamə ilə buna vəkil olunmuş orqanı təsdiq edir.

3. Əgər ləğv edilən müəssisədə olan pul vəsaiti kreditorların tələblərini ödəmək üçün yetərli deyildirsə, ləğvetmə komissiyası müəssisənin əmlakını açıq hərracda satır.

4. Ləğv edilən müəssisənin kreditorlarına pul vəsaitini ləğvetmə komissiyası aşağıda qeyd olunan növbəlik qaydasında, aralıq ləğvetmə balansına uyğun olaraq, onun təsdiq edildiyi gündən başlayaraq ödəyir.

Müəssisə ləğv edilərkən onun kreditorlarının tələbləri aşağıdakı növbə ilə ödənilir:

Birinci növbədə ləğv edilən müəssisənin əmlakının girov qoyulması ilə təmin edilmiş öhdəliklər üzrə kreditorların tələbləri ödənilir; İkinci növbədə müvafiq vədəli ödənişlərin kapitalaşdırılması yolu ilə o fiziki şəxslərin tələbləri ödənilir ki, ləğv edilən müəssisə onların qarşısında həyata və ya sağlamlığa zərər vurulması üçün məsuliyyət daşıyır; Üçüncü növbədə işdənçıxma müavinətlərinin verilməsi, əmək müqaviləsi üzrə işləyən şəxslərin əməyinin ödənilməsi və müəlliflik müqavilələri üzrə haqların ödənilməsi üzrə hesablaşmalar aparılır; Dördüncü növbədə büdcəyə məcburi ödənişlər üzrə borc ödənilir; Beşinci növbədə qalan kreditorlar ilə hesablaşmalar aparılır.

Hər növbənin tələbləri özündən əvvəlki növbənin tələbləri tam ödənildikdən sonra yerinə yetirilir. Ləğvetmə komissiyası kreditorun tələblərini ödəməkdən imtina etdikdə və ya onlara baxmaqdan boyun qaçırıqda kreditorun, müəssisənin ləğvetmə balansı təsdiq edilənə-

dək, ləğvetmə komissiyasına qarşı iddia ilə məhkəməyə müraciət etmək hüququ vardır.

Ləğvetmə komissiyasının tələblər irəli sürülməsi üçün müəyyən-ləşdirdiyi müddət qurtardıqdan sonra kreditorun bildirdiyi tələblər vaxtında bildirilmiş tələblər ödənildikdən sonra ləğv edilən müəssisə-nin qalan əmlakından ödənilir.

Ləğv edilən müəssisənin kreditorlarının ləğvetmə komissiyası tə-rəfindən qəbul edilməmiş tələbləri kreditorun iddia ilə məhkəməyə müraciət etmədiyi hallarda, habelə məhkəmə qərarı ilə kreditora ödənilməsindən imtina edilmiş tələbləri ödənilmiş sayılır.

Kreditorlar ilə hesablaşmalar başa çatdıqdan sonra ləğvetmə ko-missiyası ləğvetmə balansını tərtib edir. Həmin balans müəssisənin ləğvi haqqında qərar qəbul etmiş müəssisənin təsisçiləri (iştirakçıları) və ya nizamnamə ilə buna vəkil edilmiş orqanı təsdiq edir. Ləğvetmə komissiyası təsdiq olunmuş ləğvetmə balansını müəssisələrin dövlət qeydiyyatını həyata keçirən Vergilər Nazirliyinə göndərir.

Kreditorların tələbləri ödənildikdən sonra müəssisənin qalan əmlakı, əgər müəssisənin nizamnaməsində ayrı qayda nəzərdə tutul-mayıbsa, onun təsisçilərinə (iştirakçılarna) verilir.

Firmanın (müəssisənin) hüquq və vəzifələrinin hüquqi varislik qaydasında başqa şəxslərə keçmədən onun mövcudluğuna və fəaliy-yətinə xitam verildiyi hallarda və yaxud firmanın (müəssisənin) ye-nidən təşkili nəticəsində dövlət qeydiyyatının ləğv edilməsi zərurəti yaranan hallarda, Vergilər Nazirliyi onun dövlət qeydiyyatını ləğv edir.

Firmanın (müəssisənin) ləğvi ilə bağlı prosedurlara Vergilər Na-zirliyinə daxil olmuş aşağıdakı məlumatlardan hər hansı biri əsasında başlanılır:

– müəssisənin ləğv edilməsi barədə qərar onun ləğvetmə komis-siyasının “Hüquqi şəxsin dövlət qeydiyyatından (vergi uçotundan) çıxarılması haqqında ərizə” forması üzrə müraciəti və qəzetdə dərc etdirilmiş müvafiq elan ilə birlikdə təqdim olunur;

– Azərbaycan Respublikasında filial və nümayəndəliyinin ləğv edilməsi barədə xarici müəssisənin qanunvericilikdə müəyyən edil-miş qaydada vergi orqanına təqdim olunmuş qərarı “Hüquqi şəxsin dövlət qeydiyyatından (vergi uçotundan) çıxarılması haqqında ərizə”

formasını üzrə müraciəti və qəzətdə dərc etdirilmiş müvafiq elan ilə birlikdə təqdim olunur;

– müəssisənin ləğv edilməsi barədə məhkəmənin qanuni qüvvəyə minmiş qərarı;

– müəssisənin müflis elan edilməsi və müsabiqə icraatının başa çatması haqqında məhkəmənin qərarı;

– müəssisə yenidən təşkil edildikdə onun qeydiyyatının ləğv edilməsi zərurəti yaranan hallarda (birləşmə, qoşulma və ya bölünmə), təsisçilərin və ya məhkəmənin yenidən təşkil edilmə barədə müvafiq qərarı “Hüquqi şəxsin dövlət qeydiyyatından (vergi uçotundan) çıxarılması haqqında ərizə” formasını üzrə müraciəti və qəzətdə dərc etdirilmiş müvafiq elan ilə birlikdə təqdim olunur.

Müəssisənin dövlət qeydiyyatının ləğv edilməsi zamanı onun verdiyi yekun vergi bəyannamələrinin qəbul edilməsi və kameral yoxlanılması, son səyyar vergi yoxlamasının aparılması, vergi borclarının ödənilməsi işləri Vergilər Nazirliyinin müəyyən etdiyi qaydalara uyğun olaraq yerinə yetirilir.

Dövlət qeydiyyatının ləğv edilməsi üçün qeydiyyat orqanı aşağıdakı sənədləri ləğv edilən müəssisədən təhvil almalıdır:

– müəssisənin dövlət qeydiyyatı nizamnaməsinin (əsasnaməsinin) və dövlət qeydiyyatı haqqında şəhadətnaməsinin əsli;

– müəssisənin möhürü və ştampları;

– müəssisənin 2008-ci il 1 yanvar tarixədək vergi uçotunda dayanmışdırsa, vergi şəhadətnaməsi;

– vergi ödəyicisi əlavə dəyər vergisi ödəyicisi olduğu halda, ƏDV bildirişinin əsli.

Ləğv edilən müəssisə qeydiyyat və ya vergi şəhadətnaməsi, ƏDV bildirişi və ya möhürü itmişdirsə, bu halda, qurum itmiş sənədin və ya möhürün etibarsız hesab edilməsi barədə mətbuatda elan dərc etdirib qeydiyyat orqanına təqdim edir.

Müəssisənin möhür və ştampları qanunvericilikdə müəyyən edilmiş qaydada qeydiyyat orqanının ən azı iki əməkdaşı tərəfindən məhv edildikdən sonra bu barədə müvafiq akt tərtib olunur.

Müəssisənin ləğv etmə balansını (qurum xarici hüquqi şəxsin nümayəndəliyi və ya filialdırsa-yekun mənfəət vergisi bəyannaməsi) çap edilərək qeydiyyat sənədlərinin əsli, möhürün məhv edilməsi barədə

akt ilə birlikdə qurumun qeydiyyat qovluğuna tikilmək üçün arxivə təhvil verilir. Müəssisə qanunamüvafiq qaydada ləğv edildikdə ona verilmiş VÖEN məlumat bazasında ləğv edilmiş kimi arxivləşdirilir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İstehsal firmalarının əlamətləri hansılardır?
2. Firmaların təsnifləşdirilməsi necə aparılır?
3. İstehsal firmalarının hansı təşkilati-hüququ formaları vardır?
4. Firmanın istehsal quruluşu və ona təsir edən amilləri səciyyələndirin.
5. Firmanın funksional strukturu haqqında fikirlərinizi bildirin.
6. Firmaların təşkilati-iqtisadi formalarını səciyyələndirə bilərsinizmi?
7. Firmanın xarici və daxili mühiti və onların doğurduqları amilləri sadalayın.
8. Firma və müəssisələrin yaradılması və ləğv qaydaları haqqında nələri bilirsiniz?

BÖLMƏ III

İSTEHSAL FİRMASINDA İSTEHSAL PROSESİ VƏ İSTEHSALIN İCTİMAİ-TƏŞKİLİ FORMALARI

Fəsil 3. Firmada istehsal prosesi və onun təşkili

1. İstehsal prosesinin mahiyyəti
2. İstehsal tsikli və onun tərkibi
3. Firmada istehsal prosesinin təşkili prinsipləri
4. Firmada istehsalın təşkili formaları

1.İstehsal prosesinin mahiyyəti

İstehsal prosesi, onun təşkili və s. mühəndis işidir. Lakin buna baxmayaraq müəssisə iqtisadiyyatının texnoloji əsaslarını – mühəndis-texnoloq qədər olmasada – bilmək istehsal firmasında işləyən iqtisadçı üçün çox vacibdir. Daha doğrusu, iqtisadçı mütəxəssisin müəssisə iqtisadiyyatına dair məsələləri daha dərindən dərk etməsi üçün istehsal prosesinin texnologiyasını və onun təşkili məsələlərini öyrənməsi çox vacibdir.

İqtisadçı üçün istehsal prosesini öyrənmək zərurəti müəssisədə tətbiq olunan texnika və texnologiyanın müəssisə iqtisadiyyatı ilə – dolayısı ilə olsada – bağlılığından irəli gəlir. **İstehsal prosesinin elementlərindən – əmək vasitələri, əmək cisimləri və iş qüvvəsindən – istifadə olunmasının təşkili vəziyyəti, nəticə etibarilə, müəssisə iqtisadiyyatının inkişaf imkanlarının səviyyəsini müəyyən edir.**

Müxtəlif sənaye sahələrinə mənsub müəssisələrin istehsal prosesi haqqında ümumi bilikləri mənimsəməklə iqtisadçı, həm müəssisənin bütünlükdə və həm də onun istehsal səxləri və sahələrinin iqtisadi və təsərrüfat fəaliyyətini dərindən təhlil edə, mövcud vəziyyətlə bazarın tələblərinin uyğunluğu səviyyəsini müqayisəli şəkildə öyrənmək im-

kanı qazana bilər. Öz-öznlüyündə aydındır ki, burada istehsal firmalarında istehsalın təşkilindən müfəssəl deyil, onun ən ümumi məsələlərindən bəhs olunacaqdır.

İstehsal prosesinin təşkilinin mükəmməlliyi, tətbiq olunan texnika və texnologiyanın müasirliyi, son olaraq, rəqabət qabiliyyəti yüksək, dəyəri (qiyməti) nisbətən aşağı olan məhsullar istehsalı üçün həlledici rol oynayır.

İstehsal prosesi nədir?

İstehsal prosesi əsas, köməkçi və xidmətedici əmək və habelə təbii proseslərin məcmusu olub, onların qarşılıqlı təsiri və əlaqələri vasitəsilə xammal və ya materialın hazır məhsula çevrilməsi texnologiyasıdır. Başqa sözlə, müəssisənin istehsal prosesi əmək cisimlərinin (xammal, material və s.-nin) hazır məhsula çevrilməsinə yönəldilmiş müxtəlif maşın və avadanlıqların vasitəsilə həyata keçirilən texnoloji əməliyyatları özündə birləşdirir, onların məcmusudur. İstehsal prosesi məhsulun istehsalı ilə bağlı, insanların silahlandıqları texnika vasitəsi ilə əmək cisimlərinə yönəltdiyi məqsədyönlü, qarşılıqlı təsir və əlaqələri olan işlərin vəhdətidir.

Firma və ya müəssisədə istehsal prosesinin özü də müstəqil, lakin bir-birilə bağlı olan mərhələlərə bölünür. Məsələn, ayaqqabı fabrikində belə mərhələlərə – ştamplama, biçmə və tikiş, yaxud maşınqayırma, tökmə, mexaniki emal və yığma prosesləri həmin istehsalların müxtəlif mərhələləridir. İstehsal prosesinin hər bir mərhələsi, məxsusi (yaxud xüsusi) proseslərdən ibarət olur. Xüsusi proseslər məhsul istehsalının müəyyən mərhələsinin bitkinliyi ilə xarakterizə olunur (məsələn, tökmə şəxində – torpağın hazırlanması, formanın (qəlibin) qurulması, metalın əridilməsi, ərintinin qəliblərə tökülməsi və s.). Xüsusi proseslər özü də texnoloji (əsas) və köməkçi əməliyyatlara bölünürlər.

Əməliyyat – istehsal prosesinin xüsusiləşdirilmiş tərkib hissəsi olmaqla – bir iş yerində bir və ya bir neçə işçi tərəfindən əmək predmeti (xammal, material, yarımfabrikat) üzərində ardıcıl yerinə yetirilən işlərin cəmindən ibarətdir.

İstehsal prosesinin əməliyyatlara şaxələnməsi və hər bir əməliyyatın tərkibi istehsalın miqyası və ixtisaslaşdırma səviyyəsindən, tətbiq olunan texnika və texnologiyadan və habelə istehsalın təşkilindən asılıdır.

Texnoloji baxımdan əməliyyatlar keçidlərə (fazalara) bölünürlər.

Keçidlər (fazalar) – istehsal prosesinin texnoloji baxımdan həm-cins, təşkilati baxımdan ayrılmaz hissəsi olub, əmək predmetinin emalı üçün istifadə olunan istehsal komponentlərinin və avadanlıqların tərkibcə və habelə sonuncuların iş rejimlərinin sabitliyi ilə səciyyələnir.

Əməliyyatlar fəhlə əməyinin strukturu baxımından həm də fəndlərə və əməllərə bölünür.

Məsələn, tornaçı fəhlənin pəstahı qaldıraraq torna dəzgahının başlığına qoyması, açarlarla onu başlığa bərkitməsi, dəzgahı işə salması, kəsici aləti – pəstahı yonmaq üçün – ona yaxınlaşdırması, yonması, yonmadan sonra qismən emal olunmuş pəstahı başlıqdan açarlarla açması, pəstahı başlıqdan çıxarıb yerə qoyması – bütün bunların hər biri ayrı-ayrılıqda əməliyyatlardır.

Fənd, fəhlənin əmək fəndi – müəyyən məqsədli təyinatı olan və fəhlə tərəfindən yerinə yetirilən bitkin, tamamlanmış hərəkətlərin məcmusudur.

Əməl – fəndin bir hissəsi olmaqla fəhlənin özünün bir neçə fiziki hərəkətinin (bədən, əl, barmaq və s.) və ya hərəkətlər kompleksinin hər hansı predmetin götürülməsi və ya onun yerinin dəyişdirilməsi ilə bağlı görülməlidir.

Fasiləsiz istehsallarda əməliyyatın uzunluğu, şərti olaraq, bir iş növbəsinin müddəti qədər qəbul olunmuşdur. Texnoloji (əsas) proses əmək predmetlərində müəyyən dəyişikliklərin (fiziki, mexaniki, kimyəvi və s.) baş verməsinə səbəb olan əməliyyatlar məcmusudur. Köməkçi əməliyyatlar isə texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi üçün şəraitin yaradılmasına istiqamətlənən (məsələn, əmək predmetlərinin bir iş yerindən digərinə hərəkəti, emal edilən detalların ölçülərinə nəzarət və s.) hərəkətlərin məcmusudur.

Məhsulun istehsalında əmək (texnoloji və köməkçi) prosesləri ilə yanaşı, təbii proseslərdən də (məsələn, xəmirin qızcırması, ağacın, rənglənmiş maşınların boyasının quruması və s.) istifadə zərurəti yaranır. Əgər əmək prosesi bilavasitə işçilər tərəfindən yerinə yetirilsə, təbii proseslər işçilərin müdaxiləsi olmadan, təbii yolla, öz-özünə baş verir. Təbii prosesin vaxt reqlamentinə düzgün əməl olunması çox vacibdir; onu süni şəkildə sürətləndirmək prosesin əhəmiyyətini azalda, işin keyfiyyətini pisləşdirə bilər.

Beləliklə, məhsulun hazırlanması üzrə istehsal prosesi texnoloji (əsas) və köməkçi əməliyyatların və təbii proseslərin məcmusundan ibarətdir.

Əməliyyatların tempi və taktı istehsal prosesinin əsas parametrlərindəndir. Əməliyyatın tempi vaxt vahidi ərzində əməliyyata daxil olan (və ya əməliyyatdan çıxan) detalların sayını, takt işə materialın və ya materiallar partiyasının əməliyyatda qaldığı vaxtı özündə əks etdirir.

Məhsulun hazırlanmasındakı roluna görə də istehsal özü də əsas, köməkçi və xidmətedici istehsal proseslərinə ayrılır. Lakin xammal və materialın hazır məhsula çevrilməsi işində onların rolu eyni olmur.

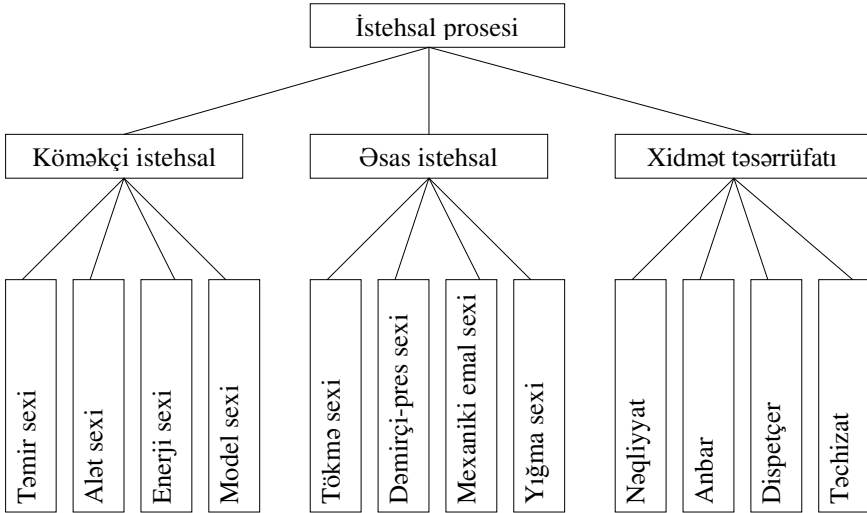
Əsas (texnoloji) istehsal prosesi emal edilən məmulatın formasının, ölçülərinin və daxili strukturunun dəyişdirilməsi ilə bilavasitə əlaqədardır. Əsas istehsal prosesini bəzən texnoloji proses də adlandırırlar və burada elmi cəhətdən heç bir qəbahətə yol verilmir. Texnoloji prosesin xarakterini, bir qayda olaraq, istehsalın təşkilatı şərtləri – texnoloji ardıcılığa görə avadanlıqların istehsal meydançalarında düzgün quraşdırılması, anbarların təyinatı və onların məkanca düzgün yerləşdirilməsi, nəqliyyat marşrutlarının istiqaməti və uzunluğu müəyyən edir. Əsas istehsal proseslərinə, məsələn, maşınqayırma müəssisələrində detalların mexaniki (yonma, pardaxlama, cilalama və s.) və termiki (qızdırmaq və s.) emalını, onların (detalların) yığılmasını (quraşdırılmasını) və s. misal göstərmək olar.

Köməkçi və xidmətedici istehsal prosesləri məhsulun hazırlanmasında bilavasitə iştirak etmirlər, lakin əsas (texnoloji) prosesin yerinə yetirilməsinə şəraitin yaradılması onlar tərəfindən həyata keçirilir. Əsas istehsal köməkçi və xidmətedici proseslərsiz keçinə bilməzlər. Köməkçi sexlərin istehsal etdikləri məmulatlar əsas istehsalda istifadə olunmaqla son məhsulun istehsalına yardım göstərirlər. Köməkçi istehsalın məhsullarına alət, ştamp, tərtibat, bütün enerji növlərini və tara istehsalını misal gətirmək olar.

Maşınqayırma müəssisəsində xidmətedici proseslərə nəqletməni, hazır məhsulun anbarlaşdırılmasını, müəssisədəxili təchizatı, laboratoriya sınaqlarını və s. aid etmək olar. Bu proseslər də məhsul istehsalında dolay yolla iştirak edirlər, başqa sözlə əsas istehsala xidmət göstərirlər.

Əgər köməkçi proseslər yalnız əsas istehsala köməkçi olurlarsa, xidmətedici proseslər həm əsas və həm də köməkçi istehsallara xidmət göstərilir; köməkçi proseslər əsas istehsala «maddi cəhətdən» köməklik göstərilərsə (alət, tərtibat və s. verməklə), xidmət təsərrüfatının «xidməti» qeyri-maddidir. Sırf xidmət mahiyyətlidir.

Maşınqayırma müəssisəsində istehsal prosesinin strukturu aşağıdakı kimidir (bax: şəkil.3.1)



Şəkil 3.1. Maşınqayırma müəssisəsində istehsal prosesinin quruluşu
İstehsal prosesləri sadə və mürəkkəb proseslər kimi də fərqləndirilir.

Sintez və analizə əsaslanan istehsal prosesləri mürəkkəb hesab olunurlar, çünki onlardan hər biri bir neçə sadə istehsallardan ibarət olurlar.

Sadə istehsal prosesində bir növ xammal və materialdan bir növ məhsul, sintetik istehsal prosesində bir neçə növ xammal və materialdan bir növ məhsul, analizə (tərkib hissələrinə ayırmağa) əsaslanan istehsal prosesində bir növ xammal və materialdan bir neçə növ məhsul hazırlanır. Sadə istehsal proseslərinə kərpic istehsalını, sintezə (birləşdirməyə) əsaslanan prosesə çuqun istehsalını, analizə əsaslanana isə neft emalını misal göstərmək olar.

İstehsal prosesləri əmək predmetlərinə edilən təsirə görə mexaniki, fiziki, kimyəvi proseslərə bölünürlər. Mexaniki istehsal pro-

sesləri zamanı əmək predmetinin forma və ölçüsünün dəyişməsi mexaniki güc vasitəsilə, fiziki və kimyəvi proseslər zamanı isə əmək predmetinin daxili quruluşundakı dəyişikliklər isə istiliyin, kimyəvi reaksiyaların və elektrik enerjisinin təsirləri altında baş verir.

Fəhlələrin istehsal prosesində iştirakı miqyasından asılı olaraq onlar sırf əl əməyinə əsaslanan, qismən və tam mexanikləşdirilmiş və avtomatlaşdırılmış proseslərə ayrılır. **Əl əməyinə əsaslanan istehsalda işlər maşın və mexanizmlərin köməyi olmadan yerinə yetirilir; qismən mexanikləşdirilmiş istehsallarda ayrı-ayrı əməliyyatlar, xüsusilə əsas istehsal proseslərində əl əməyi maşın və mexanizmlərlə əvəz olunur; tam mexanikləşdirilmiş istehsallarda – maşın və mexanizmlərin idarə edilməsi istisna olunmaqla – bütün istehsal əməliyyatları qarşılıqlı şəkildə əlaqələndirilmiş maşın və mexanizmlər vasitəsilə yerinə yetirilir; avtomatlaşdırılmış istehsallarda isə bütün istehsal prosesinin, o cümlədən maşın və mexanizmlərinin idarə edilməsi işçilərin bilavasitə iştirakı olmadan, lakin onların nəzarətilə maşınlar tərəfindən yerinə yetirilir. Burada maşınları maşınlar idarə edir.**

Vaxtaşırı təkrarlanmaq baxımından istehsal prosesləri fasiləli və fasiləsiz istehsallar kimi də qruplaşdırılır. Fasiləli istehsal proseslərinə maşınqayırma müəssisələrindəki istehsal prosesini, fasiləsiz istehsal prosesinə isə neft emalını misal göstərmək olar.

İstehsalın təşkili tipinə görə istehsal prosesləri fərdi, seriyalı və kütləvi istehsal proseslərinə bölünürlər. İstehsal proseslərinin bu və ya digər tipə aid olunması məhsul buraxılışının kütləvilik dərəcəsi göstəricisi vasitəsilə müəyyən edilir.

İstehsalın tipi məhsulun nomenklaturasının genişliyi, buraxılışın müntəzəmliyi, stabilliyi və həcmi ilə şərtlənən istehsalın texniki, təşkilati və iqtisadi xüsusiyyətləri ilə müəyyən olunur. **İstehsalın tipini xarakterizə edən əsas göstərici əməliyyatların təhkim olunma əmsalıdır. Bu göstərici müəyyən vaxt vahidi ərzində yerinə yetirilən və ya yetirilməli olan müxtəlif texnoloji əməliyyatların iş yerlərinin sayına nisbəti kimi müəyyən edilir.**

Fərdi istehsal təkrar istehsalı, əsasən, nəzərdə tutulmayan bircinsli məmulatların buraxılışının kiçik həcmi ilə xarakterizə olunur. Fərdi

istehsalda təhkimetmə əmsalı adətən 40-dan yüksək olur, iş yerləri az əməliyyatlar isə çox olurlar.

Seriyaı istehsal dövrü olaraq istehsalı vaxtaşırı təkrar edilən, fərdi deyil, müəyyən partiyalarla məhsul istehsalı ilə xarakterizə olunur. Partiyadakı, məmulatların sayından və təhkimetmə əmsalının qiymətindən asılı olaraq seriyalı istehsal özü də kiçik, orta və iri seriyalı istehsallara bölünür.

Kiçik seriyalı istehsallar üçün təhkimetmə əmsalı 21 – 40, orta seriyalı üçün 11 – 20, iri seriyalı üçün isə 1 – 10 arasında olur.

Kütləvi istehsal uzun müddət ərzində fasiləsiz istehsal edilən məmulat buraxılışının böyük həcmi ilə xarakterizə olunur ki, bu zaman hər bir iş yerində yalnız bir əməliyyat yerinə yetirilir və elə buna görə də kütləvi istehsal üçün əməliyyatların təhkimetmə əmsalı 1 -dən çox olmur.

Fərdi və ona yaxın olan kiçik seriyalı istehsallarda hər bir iş yerində geniş nomenklaturalı məmulatların hazırlanması ilə əlaqədar olaraq ixtisaslaşdırma aparmaq, demək olar ki, qeyri-mümkündür. Belə istehsallar kifayət qədər çevik, «tez dönəbilən» və bazarın tələbatını ödəmək məqsədilə, müxtəlif məhsulların istehsalı sifarişlərinin yerinə yetirilməsinə hazır olmalı, uyğunlaşmalıdır.

Fərdi istehsal şəraitində texnoloji proseslər hər bir sifariş üzrə detalların hazırlanmasının marşrut xəritəsi üzrə iriləşdirilmiş şəkildə hazırlanır, geniş nomenklaturalı məmulatlar hazırlanmasını təmin etmək üçün istehsal sahələri universal əmək vasitələrilə təchiz olunur. Fəhlələr tərəfindən yerinə yetirilən işlər öz xarakterinə görə çox müxtəlif olduğundan onlardan müxtəlif peşələr üzrə zəruri bilik, vərdiş və bacarıq tələb edildiyindən fərdi istehsalda əməliyyatların yerinə yetirilməsi üçün buraya (istehsalata) həm yüksək ixtisaslı və həm də geniş profilli fəhlələr cəlb olunurlar.

Seriyaı istehsal, müəyyən vaxtaşırılıqla (müəyyən müddətdən bir) təkrar olunan, qismən məhdud nomenklaturalı məhsulların partiyalarla hazırlanması ilə xarakterizə olunur. Bu vəziyyət universal avadanlıqlarla yanaşı xüsusi və aqreqat (xüsusi və universal avadanlığın «kombinləşmiş» – «xüsusi»liyi «universal»laşdıran, «universal»lığı «xüsusi»ləşdirən – modeli) avadanlıqlardan da istifadə etməyə imkan verir. Seriyalı istehsallar üçün texnoloji proseslərin layihələndirilmə-

si zamanı hər bir əməliyyatın yerinə yetirilməsi üçün onun (seriyalı istehsalın) zəruri olan texnoloji avadanlıqlarla təmin olunması mütləq nəzərə alınır.

Kütləvi istehsal yüksək ixtisaslaşma və çox məhdud nomenklaturada məhsulların böyük həcmdə və vaxt etibarilə uzun müddət ərzində istehsalı ilə xarakterizə olunur. Bu istehsal tipinin zəruri şərtlərindən biri onun məhsuluna bazarın tələbi həcmnin böyük olmasıdır.

İstehsalın təşkili üsuluna görə istehsal prosesləri axınlı, dəstəli və fərdi proseslərə bölünür. Bunlardan iqtisadi cəhətdən ən səmərəlisi axınlı istehsal prosesləridir, çünki belə istehsal üsullarının tətbiqi istehsalın kompleks mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması üçün həlledici şərt olur.

İstehsalın təşkilinin axınlı üsulu aşağıdakı əlamətlərlə xarakterizə olunur:

- istehsal prosesinin böyük sayda əməliyyatlara bölünməsi;
- ayrı-ayrı əməliyyatların icrası üçün iş yerlərinin dəqiq ixtisaslaşması;
- avadanlıqların texnoloji xəritəyə müvafiq olaraq yerləşdirilməsi;
- istehsal prosesinin fasiləsizliyinin səviyyəcə yüksək olması;
- əmək predmetlərinin bir iş yerindən digərinə verilməsi üçün əməliyyatlararası xüsusi nəqliyyatın mövcud olması.

Axınlı istehsal üsulunun əsas struktur vahidi axın xəttidir. Axın xətti texnoloji prosesin gedişi üzrə yerləşdirilmiş, təhkim olunmuş əməliyyatların yerinə yetirilməsi üçün nəzərdə tutulmuş və əməliyyatlararası nəqliyyat vasitələri ilə əlaqələndirilən iş yerlərinin məcmusunu əks etdirir.

İstehsalın təşkilinin dəstəli üsulu aşağıdakı əlamətlərlə xarakterizə olunur:

- emal olunacaq materialın istehsala partiyalarla buraxılması;
- bir neçə növ materialın eyni zamanda emalı;
- bir iş yerinə bir neçə əməliyyatın təhkim edilməsi;
- ixtisaslaşmış və aqreqat avadanlıqla yanaşı universal avadanlıqdan da geniş istifadə olunması;
- yüksək ixtisaslı və nisbətən geniş ixtisas profilli kadrlardan istifadə edilməsi;
- eyni tip avadanlıqların əsasən qrup halında yerləşdirilməsi.

İstehsalın təşkilinin fərdi üsulu məhsulun vahid nümunəsini və ya kiçik partiya halında istehsalını nəzərdə tutur. O, mürəkkəb, unikal avadanlığın, xüsusi ləvazimatın və s. istehsalında istifadə olunur.

İstehsalın təşkilinin fərdi üsulunun fərqləndirici xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- istehsalı təkrar olunmayan geniş nomenklatura;
- yalnız universal avadanlıqlardan istifadə;
- eyni tipli avadanlıqların qrup şəklində yerləşdirilməsi;
- iriləşdirilmiş texnologiyaların hazırlanması;
- yüksək ixtisaslı və həm də geniş ixtisas profilli fəhlələrdən istifadə;
- icra olunan işin, əsasən, əl əməyi ilə yerinə yetirilməsi;
- bitməmiş istehsalın və istehsal ehtiyatları həcmnin yüksək olması ilə əlaqədar maddi-texniki təminatın təşkilinin mürəkkəbliyi;
- istehsal və məhsulun satışı xərclərinin yüksək, dövriyyə fondlarının dövretmə sürətinin və avadanlıqlardan istifadə səviyyəsinin aşağı olması.

İxtisaslaşdırma dərəcəsinə görə universal və ixtisaslaşdırılmış istehsal prosesləri fərqləndirilir. Fərdi və kiçik seriyalı istehsal şəraitində universal proseslər və deməli, universal avadanlıqlar, iri seriyalı və kütləvi istehsal şəraitində isə ixtisaslaşdırılmış proseslər və bununla əlaqədar xüsüsüləşmiş və avtomat avadanlıqlar tətbiq edilir.

2. İstehsal tsikli və onun tərkibi

İstehsal tsikli – xammal və materialların istehsal prosesinin ilk əməliyyatına daxil olduğu andan hazır məhsulun alınmasına qədər sərf olunan təqvim vaxtını əks etdirir. İstehsal tsiklinin əsasında müəssisənin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin bir sıra vacib texniki-iqtisadi və iqtisadi göstəriciləri hesablanır. İstehsal tsiklinə məhsulun hazırlanması üzrə əməliyyatların yerinə yetirilməsi ilə bağlı və fasilələləri əhatə edən vaxtlar aiddir. Əməliyyatların yerinə yetirilməsinə sərf olunan vaxta texnoloji əməliyyatların, köməkçi və xidmətedici işlərin, nəzarət və nəqliyyat əməliyyatlarının yerinə yetirilməsinə sərf olunan və təbii proseslərin tələb etdiyi vaxtlar daxildir. Məhsulun emalı ilə əlaqədar olan əsas əməliyyatların yerinə yetirilməsinə sərf olunan vaxt texnoloji tsikli əks etdirir və bu, əmək predmetinə insanın birbaşa və ya dolaylı təsirinin həyata keçirildiyi müddəti özündə əks etdirir.

İstehsal tsiklinə nəqletmə və nəzarət işinə sərf olunan vaxtlar da daxildir. Müəssisədaxili nəqletmə vaxtını əmək predmetlərinin yerinin dəyişdirilməsinə və bununla əlaqədar olan yükləmə-boşaltma əməliyyatlarına sərf olunan vaxtları əhatə edir. Nəzarət işinə sərf olunan vaxt buraxılan məhsulların standartlara, texniki şərtlərə və fabrik-zavod normativlərinə uyğunluğunun yoxlanması ilə əlaqədardır.

İstehsal prosesindəki fasilələr müəssisədə müəyyən edilmiş iş rejimi ilə əlaqədar və təşkilati-texniki səbəblərlə şərtlənən boşdayanmalar nəticəsində yaranır. **Müəssisədə müəyyən edilmiş iş rejimi ilə əlaqədar fasilələrə qeyri-iş günləri və növbələri, növbələrarası və nahar fasilələri, işçilərin istirahəti ilə əlaqədar növbədaxili reqlamentləşdirilmiş fasilələr və s. aiddirlər.** Təşkilati-texniki səbəblərlə şərtlənən fasilələrə isə müxtəlif iş yerlərində iş ritmlərinin fərqli olması, xammal və materialların, enerjinin və s.-nin olmaması ilə əlaqədar boşdayanmalar daxil edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, istehsal tsiklinə müxtəlif səbəbdən baş verən boşdayanmalar deyil, müəssisədə müəyyən edilmiş iş rejimi ilə əlaqədar fasilələr aid olunur.

Əvvəllər qeyd olunduğu kimi, istehsal tsikli xammal və materialların əsas istehsala buraxılmasından hazır məhsulun alınmasına qədər istehsalda qaldığı təqvim iş vaxtını ($T_{i,t}$) əhatə edir və aşağıdakı kimi hesablanır:

$$T_{i,t} = \Sigma T_{\text{tex}} + \Sigma T_{\text{təb}} + \Sigma T_n + \Sigma T_{\text{nəq}} + \Sigma T_{\text{əa}} + \Sigma T_{\text{na}}$$

Burada, ΣT_{tex} , $\Sigma T_{\text{təb}}$, ΣT_n , $\Sigma T_{\text{nəq}}$ – müvafiq olaraq texnoloji, təbii, nəzarət və nəqletmə əməliyyatlarının yerinə yetirilməsinə sərf olunan vaxtlardır;

$\Sigma T_{\text{əa}}$ – əməliyyatlararası fasilə vaxtı;

ΣT_{na} – növbələrarası fasilə vaxtı.

İstehsal tsiklinin ayrı-ayrı vaxt ünsürlərinin onun ümumi uzunluğunda xüsusi çəkisi istehsal tsiklinin strukturunu əmələ gətirir. Müxtəlif məhsulların istehsal tsikli müxtəlif olur. Məsələn, fasiləsiz istehsalda istehsal tsiklinin tərkibində fasilələr olmur, fasiləli istehsalların əksəriyyətində isə (məsələn, maşınqayırma sənayesində) təbii proseslərin xüsusi çəkisi ya çox az olur, ya da heç olmur. Eyni zamanda müxtəlif müəssisələrdə istehsalın texniki və təşkilati səviyyə-sindən, məhsulun xarakterindən, texnologiyanın xüsusiyyətindən, is-

tehsalın tipindən, istehsal prosesində əmək predmetlərinin hərəkət etdirilmə üsulundan asılı olaraq istehsal tsiklinin uzunluğu və onun vaxta görə strukturu fərqli olur. İstehsal tsiklinin tərkibində texnoloji proseslərin ən yüksək çəkiyə malik olduğu hallarda onun (istehsal tsiklinin) strukturu səmərəli hesab edilir.

İstehsal tsiklinin uzunluğu göstəricisindən müəssisənin, sexin və istehsal sahəsinin istehsal proqramını müəyyən edərəkən, bitməmiş istehsalın həcmi hesablayarkən, dövriyyə fondlarının kəmiyyəti planlaşdırılarkən istifadə olunur.

İstehsal tsiklinin uzunluğuna texnoloji, təşkilati və iqtisadi amillər təsir göstərir. Texnoloji proseslərin mürəkkəbliyi və əməyin texniki silahlanma səviyyəsi məhsulun emalı vaxtını müəyyən edir. Əmək predmetlərinin emal prosesində hərəkətinin təşkilati amilləri iş yerlərinin, əməyin özünün və əmək haqqının təşkili ilə əlaqədardır. Təşkilati şərtlər isə əsasən köməkçi əməliyyatların, xidmətedici proseslərin yerinə yetirilməsi və istehsalın gedişatında yaranan fasilələrin müddətinə təsir göstərir. İqtisadi amillər istehsal proseslərinin mexanikləşdirmə və texniki cəhətdən silahlanması səviyyəsini, fəhlə üçün istehsal, məhsul vahidinə vaxt və habelə bitməmiş istehsal normalalarının hesablanmasına imkan yaradır.

İstehsal prosesləri nə qədər sürətlə baş verirsə, yəni istehsal tsikli nə qədər qısdırsa, dövriyyə fondlarının dövretmə sürəti bir o qədər yüksək olur. Nəticədə, müəyyən həcmdə dövriyyə fondu təsərrüfat dövriyyəsindən azad olur ki, bu da müəssisədə istehsalın genişləndirilməsi üçün istifadə edilə və eyni zamanda bitməmiş istehsalın həcmi azala bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, istehsal prosesinin səmərəli təşkili üçün bitməmiş istehsalın (zadelin) həcmi hesablanması da çox vacibdir (zadel – natural ifadədə emalı başa çatdırılmamış, bitirilməmiş «məhsuldur»). **Yaranma xarakterinə və təyinatına görə normal, dövriyyə və sığorta zadelləri biri-birindən fərqlənirlər.**

Normal zadel istehsal prosesinin fasiləsiz gedişini təmin etmək məqsədilə yaradılır və bu, iş yerləri ilə müəssisədaxili nəqliyyat vasitələrindəki əmək predmetlərinin cəminə bərabər olur. Normal zadelin həcmi ($B\dot{I}_n$) axımlı istehsal üçün aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanır:

$$B\dot{I}_n = (\Theta P \times \dot{I}_{\dot{S}_s}) + \Theta P_n + \Theta P_{ng}$$

Burada, ΘP – bir iş yerində mövcud olan zadellərin miqdarı;

$\dot{I}_{\dot{S}_s}$ – iş yerlərinin sayı;

ΘP_n – sexdaxili və sexlərarası nəqliyyat vasitələrinə yüklənmiş zadellərin miqdarı;

ΘP_{ng} – nəqliyyatı (nəqletməni) gözləyən əmək predmetlərinin miqdarı.

Dəstəli istehsalda isə zadelin həcmi ($B\dot{I}_n$) hesablanarkən aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$B\dot{I}_n = \Theta P_{os} \times T_{i,t}$$

Burada, ΘP_{os} – zadellərə orta günlük tələbat;

$T_{i,t}$ – istehsal tsiklinin uzunluğu.

Dövriyyə zadeli ($B\dot{I}_d$) ayrı-ayrı iş yerlərinin, istehsal sahələrinin əlaqəsizliyi zamanı, yəni bir iş yerində əməliyyata sərf olunan vaxtın başqasına nisbətən fərqləndiyi halda yaradılır. Onun həcmi aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$B\dot{I}_d = (\Theta M_{maks} - \Theta M_{min}) \times T_{birg}$$

Burada, ΘM_{maks} , ΘM_{min} – müvafiq olaraq daha çox və daha az məhsul buraxmaq qabiliyyəti olan iş yerlərində orta saatlıq məhsuldarlıq;

T_{birg} – iki əlaqəli iş yerinin birgə, üst-üstə düşən (sinxron) fəaliyyət vaxtı.

Sığorta zadeli ayrı-ayrı iş yerlərində əvvəlcədən nəzərdə tutulmamış boşdayanmalar yarandığı və zay məhsulların buraxıldığı təqdirdə – istehsal prosesinin normal gedişini təmin etmək məqsədilə – yaradılır. Sığorta zadelinin plan norması keçmiş dövrlərin faktiki məlumatları əsasında istehsalda baş vermiş boşdayanmaların aradan qaldırılmasına yönəldilmiş tədbirləri nəzərə almaqla müəyyən edilir.

Fərdi istehsalda ayrı-ayrı detallar üzrə zadellər müəyyən olunmur, çünki onun yaradılması texniki-təşkilati baxımdan zəruri deyil. Lakin bununla yanaşı emal olunacaq materialın istehsala buraxılması qrafikinə və istehsal tsiklinin uzunluğuna görə bitməmiş istehsalın ümumi həcmi müəyyən olunur.

Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisənin istehsal gücü – onun plan dövründə maksimum məhsul buraxmaq qabiliyyətini əks etdirən bu göstərici – istehsal tsiklinin uzunluğundan birbaşa asılıdır. Aydındır ki, istehsal tsiklinin uzunluğu nə qədər qısadırsa, müəyyən zaman kəsiyində daha çox məhsul istehsal etmək mümkün olur.

İstehsal tsiklinin uzunluğu azaldıqda istehsal gücünün artması hesabına məhsul buraxılışı həcmi artır, ona görə ki, məhsul vahidinin istehsalına sərf olunan köməkçi və xidmətedici işçilərin, mühəndis-texniki heyətin və fəhlələrin iş vaxtına qənaət edilir.

İstehsal tsiklinin azalması nəticəsində məhsul vahidinə düşən ümumzavod və ümumsex xərclərinin azalması hesabına onun (məhsulun) maya dəyəri də aşağı düşür.

Beləliklə, bütün bunlar göstərir ki, istehsal tsiklinin qısaldılması müəssisədə istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinin əsas ehtiyat mənbələrindən biridir.

İstehsal tsiklinin azaldılmasının əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:

- texnologiyanın təkmilləşdirilməsi;
- təbii proseslərin süni üsulların köməyi ilə sürətləndirilməsi;
- nəqliyyat və nəzarət əməliyyatlarının texnoloji əməliyyatlarla səmərəli şəkildə əlaqələndirilməsi;
- növbələrarası fasilələrin azaldılması məqsədilə müəssisənin iş rejiminin təkmilləşdirilməsi;
- iş yerlərində əməyin elmi təşkilinin tətbiqi;
- əməliyyatların əlaqələndirilməsinin səmərəli üsullarının tətbiqi və s.

Beləliklə, müəssisədə istehsal tsiklinin azaldılması istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin kəmiyyət və keyfiyyət tərəflərinə ciddi təsir göstərir, başqa sözlə, onun texniki-iqtisadi və iqtisadi göstəricilərini yaxşılaşdırır və nəticə etibararı ilə, istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasının əsas amillərindən biri kimi çıxış edir.

3. Firmada istehsal prosesinin təşkili prinsipləri

İstehsal prosesinin təşkili dedikdə, istehsal amillərindən: iş qüvvəsi, əmək predmetləri və əmək vasitələrindən səmərəli istifadəni təmin etmək məqsədilə onların zaman və məkan baxımın-

dan düzgün əlaqələndirilməsinə yönəldilmiş texniki-təşkilati tədbirlər kompleksi nəzərdə tutulur.

İstehsal prosesinin təşkilinin əsas vəzifələrinə texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsinin səmərəli üsul və fəndlərinin müəyyən edilməsi, istehsal prosesinin əməliyyatlara bölüşdürülməsi, sexlərdə və istehsal sahələrində istifadə edilən avadanlıqların düzgün yerləşdirilməsi, məhsul buraxılışının ahəngdarlığını və birqərarlığını təmin etmək üçün iş yerləri arasında qarşılıqlı səmərəli əlaqələrin təmin olunması aiddirlər.

İstehsal prosesinin təşkili müəyyən prinsiplərə söykənir və onlar aşağıdakılardır:

– **ixtisaslaşma prinsipi** – müəssisənin ayrı-ayrı bölmələri və iş yerləri arasında əməyin peşələrə görə düzgün bölgüsünü və onların kooperasiyasını əks etdirir;

– **paralellik prinsipi** – müəyyən məhsulun istehsalı ilə əlaqədar istehsal prosesinin ayrı-ayrı mərhələlərinin eyni zaman kəsiyində həyata keçirilməsini nəzərdə tutur;

– **mütənasiblik prinsipi** – müəssisənin qarşılıqlı əlaqəli və biri-birindən asılı olan bölmələrinin vaxt vahidi ərzində mümkün olan bərabər məhsuldarlığını nəzərdə tutur;

– **düzxətillik prinsipi** – xammal, material və ya yarımfabrikatın istehsala buraxılıb hazır məhsul alınana qədər onların ən qısa yolunun təmin edilməsinə əsaslanır;

– **fasiləsizlik prinsipi** – əməliyyatlararası fasilələrin maksimum ixtisar edilməsini nəzərdə tutur;

– **ahəngdarlıq prinsipi** – müəyyən miqdar məhsulun hazırlanması üzrə istehsal prosesi və onu təşkil edən ayrı-ayrı tərkib hissələrinin eyni vaxtdan bir təkrar olunmasına əsaslanır.

Müəssisədə istehsalın təşkili prosesində əməliyyatların əlaqələndirilməsi vaxt və məkan baxımından həyata keçirilir və bunlarsız istehsalın səmərəli təşkili, ümumiyyətlə, qeyri-mümkündür.

İstehsalın təşkilinin vaxt strukturu istehsal prosesinin elementlərinin vaxta görə qarşılıqlı təsiri qaydası ilə müəyyən edilir. **Vaxt strukturunun növlərinə görə istehsalın təşkili formaları əmək predmetlərinin istehsala verilməsinin ardıcıl, paralel və paralel-ardıcıl (qarışıq) formaları fərqləndirilir.**

Əmək predmetlərinin texnoloji prosesə ardıcıl verilməsinə əsaslanan istehsalın təşkili forması emal edilən materialın bütün istehsal sahələri üzrə istənilən miqdar partiyalarla hərəkətini təmin edən istehsal amillərinin əlaqələndirilməsini özündə əks etdirir. Belə halda əmək predmetləri növbəti iş yerlərinə əvvəlki əməliyyatda bütün partiyanın emalı başa çatdıqdan sonra verilir, yəni hər bir əməliyyatda detallar partiyalarla emal edilir. Belə forma istehsal proqramındakı yarana biləcək dəyişikliklərə qarşı daha çevik olur, avadanlıqlardan kifayət qədər tam istifadə etməyə imkan verir. İstehsalın təşkilinin bu formasının çatışmazlığı istehsal tsiklinin nisbətən – nisbi mənada – uzunluğu ilə əlaqədar olur. Belə ki, hər bir detal sonrakı əməliyyatın yerinə yetirilməsini bütün partiyaya daxil olan detalların emalının başa çatdırılması qədər gözləməli olur.

Əmək predmetlərinin texnoloji prosesə ardıcıl verilməsi zamanı istehsal tsiklinin uzunluğu ($T_{i.t.a}$) aşağıdakı düsturun köməyi ilə müəyyən edilir:

$$T_{i.t.a} = T_d \times N$$

Burada, T_d – dəstədəki detalların sayı;

N – bütün əməliyyatlarda bir detailın emalına faktiki vaxt məsrəfidir.

Əmək predmetlərinin paralel verilməsi prinsipinə əsaslanan istehsalın təşkili forması əmək predmetlərinin əməliyyatdan əməliyyata tək-tək və partiyadakı bütün detalların emalını gözləmədən buraxmağa imkan verən istehsal amillərinin əlaqələndirilməsinə əsaslanır. İstehsalın belə təşkili emalda olan detalların sayını, anbar və keçidlər üçün zəruri olan sahəyə tələbatı azaltmağa gətirib çıxarır. İstehsalın təşkilinin paralellik formasının çatışmazlığı əməliyyatların yerinə yetirilməsi müddətlərindəki fərqlərlə əlaqədar avadanlıqların və fəhlələrin boşdayanması ilə müşayiət olunur.

İstehsalın paralellik prinsipinə əsaslanan təşkili formasında istehsal tsiklinin uzunluğu ($T_{i.t.p}$) aşağıdakı kimi hesablanır:

$$T_{i.t.p} = T_d + (N-1) \times T_{\alpha.u}$$

Burada, $T_{\alpha.u}$ – ən uzun vaxt tələb edən əməliyyatın yerinə yetirilməsinə sərf olunan vaxtdır.

Əmək predmetlərinin texnoloji prosesə paralel-ardıcıl (qarışıq) verilməsinə əsaslanan istehsalın təşkilı forması ardıcıl və paralel formalarının ortaq formasıdır və arıy-arırlıqda onlardan hər birinə məxsus çatışmazlıqları qismən aradan qaldırır. Məmulatlar əməliyyatdan-əməliyyata nəqliyyat partiyaları ilə verilir. Bu zaman avadanlıqlardan və işçi qüvvəsindən fasiləsiz istifadə təmin edilir, texnoloji prosesin əməliyyatları üzrə detallar partiyasının paralel verilməsi də mümkün olur.

İstehsalın təşkilinin paralel-ardıcıl (qarışıq) formasında istehsal tsiklinin uzunluğu ($T_{i.t.q}$) aşağıdakı kimi müəyyən olunur:

$$T_{i.t.q} = T_d + (N - 1) \times (\Sigma T_u - \Sigma T_q)$$

Burada, ΣT_u – uzunmüddətli (daha yüksək əməktutumlu) əməliyyatlara sərf olunan vaxtların cəmidir;

ΣT_q – qısamüddətli (daha az əməktutumlu) əməliyyatlara sərf olunan vaxtların cəmidir.

İki qısamüddətli əməliyyatlar arasında icra olunan əməliyyatlar uzunmüddətli, uzunmüddətli əməliyyatlar arasında yerləşənlər isə qısamüddətli hesab olunur. Əgər əməliyyat bir tərəfdən uzunmüddətli, digər tərəfdən isə qısamüddətli əməliyyatla həmsərhəddirsə, onda bu nəzərə alınmır.

Yuxarıda qeyd edilən formaların içərisində istehsal tsiklinin ən qısa uzunluğuna əmək predmetlərinin texnoloji prosesə paralel verilməsi zamanı təmin edilir. Lakin bu zaman əməliyyatların müddətcə bərabərliyi və ya tam bölünən olması əsas şərt kimi çıxış edir. Əks halda, avadanlıqların boşdayanması, iş vaxtından səmərəsiz itkilərlə istifadə baş verir və əməliyyatlar arasında normadan artıq və lüzumsuz fasilələr yaranır.

İstehsalın təşkilinin məkan strukturu istehsal meydançasında yerləşdirilmiş texnoloji avadanlıqların miqdarı (iş yerlərinin sayı) və onların əhatə olunduqları sahədə əmək predmetlərinin hərəkəti istiqaməti üçün nəzərdə tutulmuş yerlərlə müəyyən olunur. Texnoloji avadanlıqların (iş yerlərinin) miqdarından asılı olaraq xüsusiləşmiş iş yerinə malik birhəlqəli istehsal sistemi və sex, xətti və qarışıq strukturlu çoxhəlqəli istehsal sistemi fərqləndirilir.

İstehsal prosesinin sex strukturu texnoloji həmcinslik üzrə ixtisaslaşmanı nəzərdə tutan avadanlıqların (iş yerlərinin) materialla-

rın axınına paralel yerləşdirilməsinə əsaslanan istehsal sahələrinin yaradılması ilə xarakterizə olunur. Bu halda istehsal sahəsinə daxil olan detallar sərbəst iş yerlərindən birinə yönəldilir və burada da zəruri emal tsiklindən keçəndən sonra digər istehsal sahəsinə (sexə) verilir.

Xətti struktura malik sexlərdə isə avadanlıqlar (iş yerləri) texnoloji proses üzrə yerləşdirilir və detallar partiyası istehsal sahəsində bir iş yerindən digərinə ardıcıl verilərək emal olunurlar.

İstehsalın təşkilinin qarışıq strukturu isə xətti və sex strukturlarının əlamətlərini özündə birləşdirir.

Müəssisədə istehsalın səmərəli təşkilini müəyyən edən amillər içərisində prioritet göstəricilərdən biri də iş yerinin təşkilinin nəcəliyidir.

Fəhlənin iş yeri elə təşkil olunmalıdır ki, o, (fəhlə) özünün əqli və fiziki imkanlarını tam gerçəkləşdirə bilsin. Bunun üçün, ilk əvvəl, fəhlənin növbə ərzində istifadə edəcəyi texniki vasitələr onun "əlinin altında" olmalıdır; fəhlənin işlədiyi mühit komfort səviyyəsinə çatdırılmalıdır, onun ətrafında səs, toz, isti, buxar, işıq, rütubət, qaz və s. bu kimi orqanizm üçün ziyanlı olan xarici təsirlər normanı keçməməli, minimum səviyyədə olmalıdır. Fəhlənin istismar etdiyi texnika təhlükəsiz olmalıdır, başqa halda onun iş yeri təhlükəsizlik texnikası ilə təmin edilməlidir; zahirən əhəmiyyətsiz görünən bir amil də maşın və avadanlığın, sex divarının rəngidir (qara rəng bədbinlik, palıd rəng yuxu gətirir, qırmızı rəng isə fəhləni əsəbiləşdirir). Bütün bunların müsbət həlli fəhlənin fəallığını artırır, onun saatlıq və növbəlik işinin nəticələrini yaxşılaşdırır.

Müəssisədə fəhlənin iş yerinin mükəmməl təşkili, iş prosesinin gedişatına nəzarət etmək və aşkar olunan nöqsanları aradan qaldırmaq üçün vaxtaşırı olaraq iş vaxtının fotoqrafiyası və xronometrajdan istifadə edilir.

4. Firmada istehsalın təşkili formaları

İstehsalın təşkili formaları istehsal prosesinin elementlərinin arasında zaman və məkan baxımından yaranan sabit əlaqələr sisteminin müxtəlifliyini ifadə edir. Müxtəlif zaman və məkan strukturuna malik sistemlər istehsalın müxtəlif təşkili formalarını əmələ gətirir. Bunlara texnoloji, predmet, düzxətli, fərdi və qarışıq formalar aiddirlər.

İstehsal prosesinin təşkilinin texnoloji forması əmək predmetlərinin ardıcıl verilməsinə əsaslanan sex strukturları ilə xarakterizə olunur. Bu forma texnoloji prosesdə dəyişikliklərin baş verdiyi xırda seriyalı istehsallarda daha səmərəlidir. Eyni zamanda bu formanın bir sıra çatışmazlıqları da vardır. Belə ki, istehsalın təşkilinin bu formasında detalların say çoxluğu və onların emal prosesində hərəkətinin təkrar olunması bitməmiş istehsalın həcminin və emal ediləcək detalların saxlanma məntəqələrinin sayının artmasına gətirib çıxarır. İstehsal tsiklinin xeyli hissəsini istehsal sahələri arasındakı əlaqələrin mürəkkəbliyi ilə bağlı olan vaxt itkisi təşkil edir.

İstehsalın təşkilinin predmet forması xammal və materialın istehsala verilməsinin paralel-ardıcıl ötürülməsi ilə qarışıq məkan strukturuna əsaslanır. Predmet strukturuna əsaslanan istehsal sahəsində texnoloji prosesin əvvəlindən axırına qədər detallar qrupunun emalı üçün zəruri olan bütün avadanlıqlar quraşdırılır. İstehsal sahələrinin predmet üzrə qurulması düzxətlliliyi təmin edir və detalların hazırlanmasının istehsal tsiklini qısaldır. İstehsalın təşkilinin texnoloji formasına nisbətən bu forma detalların nəqli xərclərini və məhsul vahidinə düşən istehsal sahələrinə tələbatı azaltmağa imkan verir. Bununla belə, bəzən istehsalın təşkilinin bu formasında avadanlıqların tam yüklənməsi təmin edilmir. Bundan başqa, buraxılan məhsulun nomenklaturasının genişləndirilməsi və ya yeniləşdirilməsi istehsal sahələrinin dövrü olaraq yenidən planlaşdırılmasını, avadanlıqlar parkının texnoloji strukturunun dəyişdirilməsini tələb edir.

İstehsalın təşkilinin düzxətli forması əmək predmetlərinin texnoloji prosesə ardıcıl verilməsi əsasında xətti strukturla xarakterizə olunur. İstehsalın təşkilinin bu forması ixtisaslaşma, düzxətllilik, fasiləsizlik, paralellik kimi prinsiplərə riayət olunmasını təmin etməyə imkan verir. İstehsalın təşkilinin bu formasının tətbiqi istehsal tsiklini qısaltmağa, əməyin ixtisaslaşması hesabına iş qüvvəsindən daha səmərəli istifadə etməyə, bitməmiş istehsalın həcmi azaltmağa şərait yaradır.

İstehsalın təşkilinin fərdi formasında əməliyyatlar bütövlükdə bir iş yerində yernə yetirilir. Məmulat onun istehsalı ilə əlaqədar olan əməliyyatların əsas hissəsi toplandığı yerdə hazırlanır. Bu formaya misal olaraq, məmulatın fəhlələr tərəfindən onun ətrafında hərəkəti

ilə quraşdırılmasını göstərmək olar. İstehsalın təşkilinin belə forması bir sıra üstünlüklərə malikdir. İstehsalın təşkilinin fərdi forması məmulatın konstruksiyasını və emalı ardıcılığını tez-tez dəyişməməyə, istehsalın tələbatı ilə müəyyən edilən miqdarda müxtəlif nomenklaturalı məhsullar istehsal etməyə, avadanlıqların yerinin dəyişdirilməsi ilə əlaqədar vaxta və xərcə qənaət etməyə və habelə istehsalın çevikliyi artırmağa imkan verir.

İstehsalın təşkilinin qarışıq forması materialların istehsala ardıcıl, paralel və ya qarışıq şəkildə verilməsi ilə qarışıq və ya xətti struktura əsaslanan əsas və köməkçi əməliyyatların vahid istehsal prosesində birləşdirilməsinə əsaslanır. İstehsalın təşkilinin qarışıq (birləşdirilmiş) formasında sahələrdə emalətmə, nəqlətmə, anbarlaşdırma və idarəetmə vahid istehsal prosesində birləşdirilir və bütün bu işlər koordinasiya edilir. Bunlar isə, bütün iş yerlərinin «avtomatik nəqliyyat – anbar kompleksi» vasitəsilə birləşdirilməsi yolu ilə təmin edilir. Burada istehsal prosesinin idarə olunması elektron hesablama maşınlarının köməyi ilə həyata keçirilir ki, bu da istehsal sahəsində texnoloji prosesin bütün elementlərinin «anbarda zəruri xammal və materialların axtarılması – onların iş yerlərinə nəql edilməsi – emalı – emal edilmiş detalların anbara qaytarılması» sxemi üzrə fəaliyyətini təmin edir. Ayrı-ayrı iş yerlərində detalların emalı və nəql edilməsi zamanı yaranan vaxt fərqləri əməliyyatlararası və sığorta zadellərinin bufer anbarlarını yaratmaqla nizama salınır. Qarışıq (birləşdirilmiş) istehsal sahələrinin yaradılması, istehsal proseslərinin birləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması birdəfəlik xərclərin yüksək olması ilə nəticələnir.

İstehsalın təşkilinin birləşdirilmiş formasına keçidin iqtisadi səmərəsi istehsal tsiklinin azaldılması, avadanlıqların yüklənmə səviyyəsinin artırılması, istehsal prosesinin tənzimlənməsi və ona nəzarətin yaxşılaşdırılması hesabına əldə edilir.

İstehsalın təşkilinin yuxarıda qeyd olunan formalarını – yeni məhsulun buraxılışına uyğunlaşdırmaq qabiliyyətindən asılı olaraq – çevik və qeyri-çevik formalara bölmək olar.

İstehsalın təşkilinin çevik formaları çox az vaxt və əmək sərf etməklə istehsal prosesinin elementlərini dəyişmədən yeni məhsul buraxılışına keçidi təmin edir.

İstehsalın təşkilinin qeyri-çevik formaları bir neçə növ detalın deyil, yalnız bir növ detalın emalını nəzərdə tutur. Buraxılan məhsulun nomenklaturasında dəyişiklik və məmulatın konstruktiv cəhətdən yeni seriyasının buraxılışına keçid istehsal sahəsinin yenidən planlaşdırılmasını, avadanlıq və ləvazimatların dəyişdirilməsini tələb edir.

Fərdi istehsal şəraitində istehsalın təşkilinin özünəməxsus xüsusiyyətləri vardır. Bu istehsal tipində detallar, onların emalının üsulları müxtəlif olduğundan istehsal sahələri eyni təyinatdan olan avadanlıqların qruplar halında yerləşdirilməsinə əsaslanan texnoloji prinsip üzrə qurulur. İstehsalın bu cür təşkilində detallar hazırlanma prosesində müxtəlif istehsal sahələrindən keçirlər. Buna görə də, detalların istehsal sahəsinə (əməliyyatı həyata keçirmək üçün) verilməsi zamanı onların emalının keyfiyyətinə nəzarətin həyata keçirilməsi, nəqlənməsi, əməliyyatları yerinə yetirmək üçün iş yerlərinin müəyyən olunması məsələləri dəqiq müəyyənləşdirilməlidir. Fərdi istehsalda operativ planlaşdırma və idarəetmənin xüsusiyyətləri sifarişlərin vaxtında yerinə yetirilməsi, əməliyyatlar arasında hər bir detalın hərəkətinə nəzarət, istehsal sahələrinin və iş yerlərinin birqərarda yüklənməsi ilə müəyyən olunur. Bu zaman müəssisədə maddi-texniki təminatın təşkilində ciddi çətinliklər yaranır. Hazırlanan məhsulların nomenklaturasının geniş olması, materiallardan iriləşdirilmiş məsrəf normalarının tətbiqi fasiləsiz təminatda problemlər yaradır ki, bu da müəssisədə, bəzən, materiallardan böyük həcmdə istehsal ehtiyatlarının yaranmasına gətirib çıxarır.

Fərdi istehsalın təşkili xüsusiyyətləri onun iqtisadi göstəricilərinə də təsir göstərir. Bu istehsal tipinin üstünlük təşkil etdiyi müəssisələr üçün nisbətən yüksək əməkütümluluğu və müxtəlif əməliyyatlar arasında detalların uzun müddət toplanıb qalması hesabına bitməmiş istehsalın həcmnin böyük olması səciyyəvidir.

Fərdi istehsalın texniki-iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasının əsas ehtiyatları onun texniki-təşkilati səviyyəsinə görə seriyalı istehsal tipinə yaxınlaşdırılması ilə əlaqədardır. İstehsalın təşkilinin dəstəli üsullarının tətbiqi hazırlanan məhsulların sayca məhdudlaşdırılması, detal və qovşaqların unifikasiyası (eyniləşdirilməsi) yolu ilə mümkündür ki, bu da ixtisaslaşmış istehsal sahələrinin təşkilinə, istehsalın hazırlığına sərf olunan vaxtı azaltmaq üçün məhsulun kon-

struktiv quruluşuna və hazırlanma texnologiyasına görə oxşar olan detalları qruplaşdırmağa və avadanlıqlardan istifadəni yaxşılaşdırmağa imkan verir.

Seriyalı istehsalın təşkili üçün sexlərin, adətən, predmet üzrə ixtisaslaşmış qapalı istehsal sahələrindən ibarət olması, avadanlıqların texnoloji proses üzrə ardıcılıqla yerləşdirilməsi daha çox səciyyəvidir. Bunun nəticəsində isə, iş yerləri arasında nisbətən sadə əlaqələr yaranır və məhsulun hazırlanması prosesində detalların birbaşa hərəkətini təşkil etmək mümkün olur. Müəssisədə istehsal sahələrinin predmet üzrə ixtisaslaşması əməliyyatların ardıcıl olaraq yerinə yetirildiyi bir neçə avadanlıqlarda detallar partiyasının paralel emal edilməsinə şərait yaradır. Bütün detallar partiyasının emalı başa çatana qədər ayrı-ayrı detallar üzərində bir əməliyyat qurtardıqdan sonra o, onun üzərində digər əməliyyatın yerinə yetirilməsi üçün sonrakı mərhələyə verilir. Beləliklə, seriyalı istehsal şəraitində istehsal prosesinin paralel-ardıcıl təşkili mümkün olur.

Seriyalı istehsal şəraitində istehsalın təşkilinin bu və ya digər formasının tətbiqi istehsal sahəsinə təhkim edilmiş məmulların əməktutumundan və buraxılış həcmindən asılı olur. Məsələn, böyük miqdarda hazırlanan və oxşar texnoloji prosesə malik iri, əməktutumlu detallar dəyişən axınlı istehsalın təşkili ilə bir istehsal sahəsinə təhkim edilir. Orta ölçülü, çoxəməliyyatlı və az əməktutumlu detallar partiyalarda birləşdirilir. Əgər onların istehsalı müntəzəm təkrar olunursa, bu detalların qrup şəklində emalı üçün xüsusi istehsal sahəsi təşkil edilir. Kiçik, az əməktutumlu detallar onların istehsalı üzrə ixtisaslaşmış istehsal sahəsinə təhkim olunur və bu zaman birbaşa axınlı istehsalın təşkili forması mümkün olur.

Seriyalı istehsalda fərdi istehsala nisbətən məhsulların əməktutumu və ya maya dəyəri əhəmiyyətli şəkildə aşağı olur və istehsal tsiklində fasilələrin xüsusi çəkisi nisbətən az olur ki, bu da bitməmiş istehsalın həcmi xeyli azaldır.

İstehsalın təşkili baxımından seriyalı istehsalda iqtisadi səmərəliliyin artırılmasının əsas ehtiyatlarından biri istehsalın axınlı təşkili üsullarının tətbiqidir.

Kütləvi istehsal şəraitində işləyən müəssisələrdə sexlər istehsalı tam avtomatlaşdırmağa imkan verən daha mütərəqqi avadanlıq-

larla təchiz edilir və belə müəssisələrdə avtomatlaşdırılmış axın xətlərinin tətbiqi geniş yayılmışdır. Kütləvi istehsal şəraitində mexaniki emalın texnoloji prosesləri üzrə keçidləri daha dəqiq hazırlanır. Hər bir dəzgaha az miqdarda əməliyyat təhkim edilir ki, bu da iş yerlərinin nisbətən tam yüklənməsini təmin edir. Avadanlıqlar ayrı-ayrı detalların emalı texnologiyasının gedişinə uyğun yerləşdirilir, fəhlələr bir və ya iki əməliyyatın yerinə yetirilməsi üzrə ixtisaslaşırlar, detallar isə əməliyyatdan əməliyyata tək-tək verilir.

Kütləvi istehsal şəraitində əməliyyatlararası nəqlətmənin və iş yerlərinə texniki xidmətin təşkilinin əhəmiyyəti artır. Maşın, avadanlıq və alətlərin vəziyyətinə mütəmadi nəzarət istehsal prosesinin fasiləsizliyini təmin etməyin əsas şərtlərindən birinə çevrilir. İstehsalın bütün həlqələrində müəyyən edilmiş ahəngdarlığın təmin olunması zəruriliyi kütləvi istehsalın təşkilinin fərqləndirici cəhətlərindəndir.

Kütləvi istehsal avadanlıqlardan tam istifadəni, əmək məhsuldarlığı səviyyəsinin yüksək və hazırlanan məhsulun maya dəyərini digər istehsal tiplərilə müqayisədə aşağı olmasını təmin edir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İstehsal prosesinin mahiyyəti – istehsal prosesi nədir?
2. Əməliyyat, keçid, fənd və əməl haqqında nə bilirsiniz?
3. Əsas, köməkçi və xidmətedici prosesləri şərh edə bilərsinizmi?
4. Fərdi, seriyalı və kütləvi istehsalları fərqləndirə bilərsinizmi?
5. İstehsalın təşkilinin axınlı, dəstəli və fərdi növlərinin hansı əlamətləri vardır?
6. İstehsalın təşkili və tərkibini izah edin.
7. İstehsal tsiklinin qısaldılmasının əsas istiqamətlərini şərh edin.
8. İstehsalın təşkilinin əsas prinsipləri haqqında nə kimi məlumatınız vardır?
9. İstehsalın təşkili formaları (texnoloji, predmet, düzxətli, fərdi və qarışıq) haqqında nə bilirsiniz?

Fəsil 4. İstehsalın təmərküzləşdirilməsi və müəssisənin optimal ölçüsü

1. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin mahiyyəti və formaları
2. İstehsalın təmərküzləşdirilmə səviyyəsinin göstəriciləri
3. İstehsal firmasının optimal ölçüsü və onu müəyyən edən amillər
4. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin iqtisadi səmərəliliyi

1. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin mahiyyəti və formaları

İctimai istehsalın intensivləşdirilməsi və səmərəliliyinin yüksəldilməsinin çoxsaylı amilləri içərisində onun (istehsalın) ictimai təşkili və idarə olunmasının elmi cəhətdən əsaslandırılmış forma və metodlarının özünəməxsus yeri və rolu vardır. İstehsalın ictimai təşkili formaları, öz təzahürünü təmərküzləşmə, ixtisaslaşma, kooperativləşmə və kombinələşmə proseslərində tapan əməyin bölgüsü və ictimailəşməsi ilə sıx surətdə əlaqədardır.

İstehsalın ictimailəşməsi və əməyin bölgüsü öz əksini müəssisələrin iriləşməsində – istehsalın təmərküzləşməsində; əmək bölgüsünün dərinləşməsində – ixtisaslaşma və kooperativləşmədə; texnoloji cəhətdən müxtəlif istehsalların bir müəssisədə uzlaşdırılmasında – kombinələşmədə tapır.

İstehsalın təmərküzləşməsi – məhsul istehsalının daha iri müəssisələrdə toplanması prosesidir.

İstehsalın təmərküzləşməsi, ixtisaslaşması, kooperativləşməsi və kombinələşməsi arasında sıx qarşılıqlı əlaqələr vardır. İstehsalın təmərküzləşməsi istehsalın ictimai təşkili formaları içərisində ən müərkəbidir, onun inkişafı digər formalarda da dəyişikliklərə səbəb olur. O, istehsalın ixtisaslaşması üçün əsas yaradır, onun inkişaf tempini və səviyyəsini müəyyən edir. İxtisaslaşma isə öz növbəsində əmək məhsuldarlığının artımı ilə nəticələnir, müəssisələrin ölçü-

lərinin artımına səbəb olur, həmçinin kooperativləşmənin inkişafının şərti kimi çıxış edir. Kooperativləşmə ixtisaslaşmanın inkişafı üçün əlverişli şərait, istehsalın ölçüsünün artması üçün isə əlavə imkanlar yaradır. Nəhayət, əmək bölgüsünün dərinləşməsi və müxtəlif texnoloji proseslərin bir müəssisədə uzlaşdırılaraq təmərküzləşməsi əsasında istehsalın kombinəlməsi yaranır.

Təmərküzləşmə, istehsalın ictimai təşkili formalarından biri kimi, texnikanın inkişafı və səmərəli istifadəsinə, müəssisələrin iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasına təminat verir.

Təmərküzləşmə prosesinin mahiyyəti iqtisadiyyatın sahələrində məhsul istehsalı üzrə iri müəssisələrin xüsusi çəkirlərinin mütəmadi artması ilə səciyyələnir.

Sahənin ümumi istehsalında iri müəssisələrin payının artmasına nisbi təmərküzləşmə deyilir.

Təmərküzləşmə mütləq mənada da arta bilər. Belə halda sahəyə daxil olan müəssisələrin ölçüləri artır.

Təmərküzləşmə prosesinin birinci cəhəti (nisbi) müəssisələr arasında ümumi məhsul istehsalının bölüşdürülməsi ilə əlaqədardır, ikincisi – istehsal müəssisələrinin özlərinin ölçülərinin (mütləq) dəyişməsilə bağlıdır.

Mütləq təmərküzləşmə nisbi təmərküzləşməni doğurur və əməyin ictimailəşməsi dərəcəsinin yüksəlməsində ilkin şərt kimi çıxış edir.

İstehsalın təmərküzləşməsi və onun müxtəlif formaları müəyyən məhsul növlərinə tələbatın artması və elmi-texniki tərəqqinin təsiri nəticəsində inkişaf edir. Buna görə də, hər bir inkişaf səviyyəsində istehsalın təmərküzləşməsi istehsalın optimal ölçüsünə və avadanlıqların məhsuldarlığına uyğun olmalıdır.

Təmərküzləşmə prosesinin təməlində dayanan elmi-texniki tərəqqi həmin prosesin mürəkkəbliyindən asılı olaraq, onların müxtəlif formada getməsi üçün həlledici təsir gücünə malik olur.

Təmərküzləşmənin aqreqat, istehsal-texniki və texnoloji formaları mövcuddur ki, bunlar da intensiv və ekstensiv yolla inkişaf etmiş və formalaşmışlar.

Aqreqat təmərküzləşməsi elmi-texniki tərəqqinin mövcud inkişaf səviyyəsi, aqreqat və avadanlıqların texnoloji strukturunda daha güclülərin, məhsuldarlığı yüksək olanların payının artması və onların

daha böyük xüsusi çəkiyə malik olmaları ilə xarakterizə edilir. Bu təmərküzləşmə forması bilavasitə elmi-texniki tərəqqini əks etdirir və yalnız intensiv yolla inkişaf edir.

Təmərküzləşdirmənin istehsal-texniki forması qurulmuş avadanlıqların sayca çoxaldılması yolu ilə baş verir. Bu o deməkdir ki, təmərküzləşdirmənin bu forması yalnız ekstensiv yolla həyata keçirilir.

Texnoloji təmərküzləşdirmə aqreqat və istehsal-texniki təmərküzləşdirmə formalarını özündə birləşdirir. Başqa sözlə, təmərküzləşdirmənin bu formasında qurulmuş avadanlıqların sayca çoxaldılması onlardan hər birinin gücünün artırılması ilə eyni zamanda baş verir. Daha dəqiq desək, təmərküzləşdirmənin bu formasında həmin proses aqreqat və istehsal-texniki təmərküzləşdirmə formalarının vəhdətdə inkişafı nəticəsində yaranır.

Təmərküzləşdirmənin formaları içərisində onun istehsal-texniki, başqa sözlə, müəssisədə istehsalların (sex, sahə və s.) çoxalması forması nisbətən mürəkkəbdir və bunun istiqamətləri aşağıdakı kimidir:

a) konstruktiv quruluşu, hazırlanma texnologiyası, iqtisadi təyinatı və istismar şəraiti oxşar olan məhsullar istehsalının bir müəssisədə təmərküzləşməsi; **belə təmərküzləşmə istehsalın ixtisaslaşması ilə nəticələnir;**

b) xammalın kompleks emalı və ya texnoloji ardıcılıqla işlənilməsinə əsaslanan təmərküzləşmə; **belə təmərküzləşmə istehsalın kombinləşməsi ilə nəticələnir;**

c) son məhsulun hazırlanması prosesində texnoloji baxımdan əlaqəli, lakin məkanca bir-birindən aralı olan müxtəlif istehsalların təmərküzləşməsi; **belə təmərküzləşmə istehsalın kooperativləşməsilə nəticələnir;**

d) təşkilati-təsərrüfat təmərküzləşməsi; belə təmərküzləşmə istehsalın təşkilində hər hansı dəyişiklik olmadan xırda müəssisələrin inzibati-idarə cəhətdən birləşdirilməsinə, onların təsərrüfatçılıq müstəqilliyini itirmək prinsipinə əsaslanır. **Belə təmərküzləşmə müəssisələrin idarə olunmasının mərkəzləşdirilməsi və sonradan isə istehsalın yenidən təşkilinə ilkin şərtlər yaradılması ilə nəticələnir.**

Təmərküzləşdirmənin istehsal-texniki forması, habelə, ümumiyyətlə, təmərküzləşmə özünün çalarlıq müxtəlifliyinə baxmayaraq, nəticə etibarilə, istehsalın daha böyük müəssisələrdə birləşməsi ilə nəti-

cələnir və ictimai istehsalın təşkili formalarının – ixtisaslaşdırma, kooperativləşdirmə və kombinləşdirmə proseslərinin ilkin şərti kimi çıxış edir. Başqa sözlə, təmərküzləşmə istehsalın ictimai təşkilinin əsasıdırsa, qalanları onun törəmələridir.

Nəhayət, təmərküzləşmənin fasiləsiz bir proses olduğu xüsusi qeyd edilməlidir, buna səbəb isə elmi-texniki tərəqqinin fasiləsiz bir ictimai-iqtisadi proses olmasıdır.

Müəssisədə istehsalın təmərküzləşdirilməsi aşağıdakı istiqamətdə həyata keçirilə bilər:

- ixtisaslaşdırılmış istehsalın təmərküzləşməsi;
- kombinləşmiş istehsalların təmərküzləşməsi;
- universal müəssisələrin ölçülərinin artması.

Bu istiqamətlər içərisində ən səmərəlisi birincisidir. Həmcins məhsullar istehsalının daha iri müəssisələrdə cəmlənməsi yüksək məhsuldar və ixtisaslaşmış avadanlıqlardan, avtomatlaşdırılmış axın xətlərindən, istehsalın təşkilinin mütərəqqi metodlarından istifadə etməyə imkan verir.

Təmərküzləşmənin ikinci istiqaməti də səmərəlidir. Bu istiqamət texnoloji proseslərin yerinə yetirilməsinin ardıcılığını, xammalın kompleks emalını, aralıq məhsul və tullantılardan istifadə etməyi, ətraf mühitin çirklənməsinin azalmasını təmin edir.

Ən səmərəsiz variant üçüncü istiqamətdir. Bu istiqamətdə istehsalın təmərküzləşməsi nə istehsal proseslərinin oxşarlığına və ardıcılılığına, nə də xammalın kompleks emalına əsaslanır. Universal tipli müəssisələr bir-birilə az əlaqəli istehsalları birləşdirir.

İstehsalın təmərküzləşdirilməsini təhlil edərkən istehsalın ölçüsü ilə müəssisənin ölçüsü anlayışlarını fərqləndirmək zəruridir. İstehsalın ölçüsü istehsal prosesinin nəticəsini ifadə edir və natural, əmək və ya dəyər göstəricilərində məhsulun kəmiyyəti ilə müəyyən olunur. Müəssisənin ölçüsü, istehsal prosesinin təşkili formalarının kəmiyyət xarakteristikasıdır və müəssisədə toplanmış maddi və əmək resurslarının məcmusu ilə, həmçinin istehsalın ölçüsü ilə müəyyən olunur. Bu baxımdan müəssisənin ölçüsünün artırılması və ya mütləq təmərküzləşməsini iki yolla: müəssisənin tərkibində olan istehsalların ölçülərini artırmaqla və müəssisədə istehsalların sayını çoxaltmaqla həyata keçirmək olar.

Ayrı-ayrı sahələrdə istehsalın təmərküzləşməsi məhsulun və onun hazırlanması texnologiyasından asılıdır: metallurgiya və elektroener-

getika sahələrində istehsalın təmərküzləşməsi əsas aqreqlərin orta gücü ilə; dağ-mədən və toxuculuq sahəsində istehsal alətlərinin kompleksi ilə; kütləvi və iriseriyalı istehsal tipinə əsaslanan maşınqayırma müəssisələrində, elektrotexnika, radiotexnika sənayesində istehsalın texnologiyası və təşkili xarakteri ilə müəyyən olunur.

2. İstehsalın təmərküzləşdirilmə səviyyəsinin göstəriciləri

İstehsalın təmərküzləşməsinin inkişafı səviyyəsini və dinamikasını öyrənmək üçün 2 qrup göstəricilərdən istifadə olunur.

Birinci qrup göstəricilərin köməyilə təmərküzləşmə səviyyəsini sahəyə daxil olan müəssisələrin orta ölçüsü kimi öyrənir, təhlil edir və qiymətləndirirlər.

İkinci qrup göstəricilər təmərküzləşmə səviyyəsini sahənin ümumi məhsulunun müxtəlif ölçülü müəssisələr arasında bölgüsü və hər ölçü qrupu müəssisələrinin ümumi istehsaldakı payı vasitəsilə müəyyən olunur.

Birinci qrup göstəricilər əsasən mütləq təmərküzləşməni, ikinci qrup göstəricilər isə nisbi təmərküzləşməni səciyyələndirirlər. Mütləq təmərküzləşmənin səviyyəsi aqreqlərin, istehsalların və müəssisələrin maksimal və orta ölçülərini, nisbi təmərküzləşmənin səviyyəsi isə müxtəlif ölçülü aqreqlər, istehsallar və müəssisə qrupları arasında sahənin ümumi həcmnin bölgüsünü əks etdirir.

Təmərküzləşmənin vəziyyətini və dinamikasını öyrənmək üçün natural və dəyər ölçüsündə məhsul istehsalının həcmi, sənaye-istehsal heyətinin orta illik sayı, istehsal əsas fondlarının orta illik dəyəri, energetika avadanlıqlarının orta illik gücü və s. göstəricilərdən istifadə olunur.

Təmərküzləşmə prosesinin tədqiqi zamanı daha düzgün nəticəyə gəlmək üçün qeyd edilən göstəricilərin hamısından eyni vaxtda – əmək tutumlu olsa da – istifadə olunması elmi və metodiki cəhətdən daha məqsədəuyğundur. Lakin bu o demək deyildir ki, göstəricilərin təklikdə tətbiqilə bütün hallarda düzgün nəticəyə gəlmək olmur. Təmərküzləşmə formaları və yollarının müxtəlifliyi onun ölçülməsində tətbiq edilən göstəricilərin də müxtəlifliyini şərtləndirir.

Təmərküzləşmənin aqreqlər formasında natural göstəricilərin tətbiqi real vəziyyəti və dinamikanı öyrənmək üçün daha məqsədəuyğundur. Natural göstərici vasitəsilə, məsələn, hər hansı aqreqlər növü-

nün gücə görə təkamülü dinamikasını və habelə müxtəlif güc qrupuna daxil edilən aqreqatların ümumi istehsaldakı payını öyrənmək daha düzgündür. Natural göstəricilərin köməyiylə yalnız yekcins məhsul buraxan və müəssisənin sadə strukturu ilə fərqlənən sahələrdə istehsalın təmərküzləşmə səviyyəsini öyrənmək mümkündür.

Geniş nomenklaturada məhsul buraxan istehsallarda, məsələn, maşınqayırmada natural göstəricilərin tətbiqi nəinki mövcud reallığı daha düzgün aşkar edə bilər, əksinə, hətta onların tətbiqi belə mümkün olmur. Belə halda dəyər göstəricilərinin tətbiqi məqsədəuyğundur.

Məhsulun həcm göstəricisi istehsalın təmərküzləşməsini daha düzgün əks etdirir. Lakin bu zaman məhsulun həcmi xarakterizə edən göstəricilərdən birinin düzgün seçilməsi çox vacibdir. Çünki bəzən ümumi, əmtəəlik və reallaşdırılan məhsulun həcm göstəriciləri müəssisədə istehsalın təmərküzləşməsi haqqında düzgün təsəvvür yaratmır, dəqiq informasiya vermir. Məsələn, müəssisənin əmtəəlik məhsulunda kənardan alınmış xammal, material və dəstləşdirici məmulatların xüsusi çəkisi yüksəkdirsə, belə müəssisənin iri müəssisə kimi qəbul edilməsi düzgün olmazdı. Buna görə də, müəssisənin ölçüsünü və ya mütləq təmərküzləşməni qiymətləndirərkən müəssisənin kənardan alınan (kooperativləşmə yolu ilə) deyil, daxilində yaradılan dəyərin nəzərə alınması daha düzgün və məqsədəuyğun olardı. Belə göstəricilərə şərti-xalis məhsulu, normativ emal dəyərini, əlavə olunmuş dəyərin həcmi və s. aid etmək olar.

Təmərküzləşmə səviyyəsini öyrənmək üçün istifadə edilən göstəricilərdən biri də «sənaye-istehsal heyətinin orta illik sayı» göstəricisidir. Lakin bu göstərici ilə təmərküzləşmənin səviyyəsini qiymətləndirmək əməyin texnika ilə silahlılıığı səviyyəsindən asılıdır və həmin göstəricinin səviyyəsi də ayrı-ayrı müəssisələrdə müxtəlif olur. Buna görə də istehsal prosesinin mexanikləşdirmə və avtomatlaşdırılma dərəcəsi yüksək olan iri müəssisənin, əməyin texniki silahlılıığı aşağı olan nisbətən kiçik müəssisə ilə müqayisədə təmərküzləşmə səviyyəsi aşağı qiymətləndirilə bilər. Digər tərəfdən, elmi-texniki tərəqqinin təsiri nəticəsində istehsalda məşğul olan işçilərin sayının artımına nisbətən məhsul istehsalı həcmi və istehsal əsas fondlarının dəyəri daha yüksək temple artır, bu da işçilərin sayına görə istehsalın təmərküzləşməsi səviyyəsini qiymətləndirərkən müəssisənin orta öl-

çüsünün və iri müəssisələrin xüsusi çəkisinin artımı haqqında düzgün nəticəyə gəlməyə imkan vermir.

Əməyin texniki silahlılığının yüksək olduğu sahələrdə (qara metallurğiya, energetika, kimya sənayesi və s.) məhsul buraxılışı, əsasən, müəssisənin istehsal əsas fondlarından asılı olur. Bu sahələrdə **təmərkiüzləşmənin səviyyəsini müəyyən etmək üçün istehsal əsas fondlarının orta illik dəyərindən, maşın və avadanlıqların, əsas aqreqatların sayı və gücü göstəricilərindən istifadə etmək məqsədəuyğundur.**

İstehsal əsas fondlarının orta illik dəyər göstəricisi təmərkiüzləşmənin səviyyəsini və dinamikasını daha düzgün əks etdirir. İstehsalın maddi-texniki bazası genişləndikcə və elmi-texniki tərəqqinin tempi yüksəldikcə bu göstəricinin rolu da artır. Lakin bu göstəricinin də çatışmayan cəhətləri mövcuddur. Belə ki, müəssisədə əsas fondlar ilkin dəyərləri ilə uçota alınır. Zaman keçdikcə iqtisadi vəziyyətin dəyişməsi (məsələn, inflyasiya) nəticəsində ayrı-ayrı dövrlərdə alınmış, lakin eyni texniki xarakteristikaya malik istehsal əsas fondları dəyərlərinə görə bir-birindən fərqlənir. Bu da istehsalın təmərkiüzləşməsini qiymətləndirərkən kənarlaşmalara gətirib çıxarır.

Bəzən təmərkiüzləşmənin səviyyəsini xarakterizə etmək üçün texnoloji prosesə sərf edilən enerji gücünün kəmiyyətindən istifadə edilrlər. Lakin bu göstərici sahələr üzrə enerji tutumundakı fərqləri nəzərə almır və bu da onun analitik təhlil üçün dəyərini, mütəbərlik səviyyəsini aşağı salır.

Bir sözlə, təmərkiüzləşmə formaları və təmərkiüzləşmənin texniki-iqtisadi və təşkilati amillərinin müxtəlifliyi onların səviyyələrini öyrənmək üçün tətbiq olunacaq göstəricilərin də mahiyyətə müxtəlif olmalarını tələb edir.

3. Müəssisənin optimal ölçüsü və onu müəyyən edən amillər

Firmaların böyüməsinin başlıca mənbəyini istehsalın miqyasca artımından əldə olunan qənaət təşkil edir. Lakin istehsal proseslərinin xüsusiyyətlərindən, istehsal olunan məhsulun həcmindən, müasir elmi-texniki tərəqqinin tələblərindən və s.-dən asılı olaraq, ayrı-ayrı sahələrin bu qənaəti reallaşdırmaq imkanları müxtəlif olur. Buna görə də müxtəlif sənaye sahələrində firma və müəssisələrin müxtəlif ölçü strukturları formalaşır.

Bazar münasibətlərinə keçidlə əlaqədar olaraq iqtisadiyyatda intensiv amillərin rolu kəskin sürətdə artacaqdır. Həm istehsala cəlb olunan müxtəlif resursların (maddi, əmək, maliyyə, informasiya) məhdudluğu, həm də onların qiymətlərinin yüksək olması istehsal xərclərinin artması ilə baş verir. Məhz buna görə də, mövcud istehsal güclərindən daha tam istifadə olunması, istehsalın material, enerji və əmək tutumunun azaldılması təsərrüfatçılıqda prioritetə çevrilir. Ümumiyyətlə, intensivləşdirmə – məhsulun, istehsal vasitələrinin və iş qüvvəsinin təkrar istehsaldakı keyfiyyət dəyişiklikləri – yeni texnoloji istehsal üsullarının orta və kiçik müəssisələr qrupuna uyğunlaşdırılmasına gətirib çıxarır, bütün bunlar isə firma və müəssisələrin səmərəli ölçüsünün seçilməsi ilə əlaqədar olur.

Beləliklə, yeni iqtisadi sistemə keçidlə əlaqədar olaraq istehsal firmaları və müəssisələrin optimal ölçüsü problemi yenidən, həm də daha aktual məzmununda meydana çıxır. Başqa sözlə, bu problemin həlli əvvəlkindən fərqli, yeni yanaşma tərzini tələb edir. **Məsələnin bir-biri ilə sıx qarşılıqlı əlaqədə olan iki tərəfi ön plana keçir:**

a) firmanın daha yüksək son nəticə əldə etməyinə imkan verən ölçüsünün seçilməsi üçün əsas götürüləcək texniki, iqtisadi, sosial və s. amillərin müəyyənləşdirilməsi;

b) sənayedə, onun ayrı-ayrı sahələrində, hətta ayrı-ayrı bölgələrdə firma və müəssisələrin optimal təsərrüfat əlaqələrinin müəyyənləşdirilməsi. Bu cür optimallaşdırma meyli bütün inkişaf etmiş ölkələr, o cümlədən elmi-texniki tərəqqinin ən yüksək templərinə malik ölkələr üçün səciyyəvidir.

Bu və ya digər firmanın yaradılması zamanı sahibkar bazar konyunkturasını, məhsula olan tələbatı və onun dəyişməsinə, bazarın miqyasını, rəqabət səviyyəsini və s. amilləri əsas götürür. Bununla yanaşı, hər bir istehsal firması üçün istehsalın texnoloji cəhətdən yol verilə bilən minimal ölçüsü mövcuddur və firmanın həmin ölçüdən kiçik yaradılması texnoloji tələblər baxımından mümkün, iqtisadi baxımdan məqsədəuyğun olmur. Firmanın ölçüsünün yuxarı həddi isə bazarda mövcud olan konyunktura vasitəsilə müəyyənləşir. Bütün bunlar isə, nəticə etibarilə, firma və müəssisənin optimal ölçüsünün müəyyənləşdirilməsi zərurətini yaradır. Yəni sahibkar öz vəsaitlərini daha səmərəli istehsala yönəltməklə daha çox gəlir əldə etməyə üstünlük verir.

**Təmərküzləşmənin iqtisadi baxımdan məqsədəuyğunluq sərhədi-
ni müəyyən etmək üçün firma və müəssisənin elmi-texniki cəhətdən
əsaslandırılmış optimal ölçüsü tam dəqiqliklə müəyyən olunmalıdır.**

Müəssisədə istehsalın təmərküzləşdirilməsinin müəyyən səviyyə-
sində zavoddaxili xərclərin artması, istehsalın təşkili və idarə edil-
məsinin mürəkkəbləşməsi ilə əlaqədar təmərküzləşmənin iqtisadi
səmərəsi tamamilə tükənir və onun sonrakı artımı səmərəsiz olur.
Buna görə də, müəssisələrin – səmərəlilik baxımından – yol verilən
maksimum ölçüsü vardır. Müəssisənin maksimum ölçüsü bütün
analoji müəssisələr üçün eyni olur, etalon kimi qəbul edilir.

Ümumi-nəzəri baxımdan firma və ya müəssisənin optimal ölçüsü
az xərclə daha yüksək təsərrüfat nəticələrinə nail olunan həddir.

Firmanın optimal ölçüsü müəyyən edilərkən həm onun daxili mü-
hitinin və həm də xarici mühitinin yaratdığı amillərin təsiri nəzərə
alınmalıdır.

Müəssisə və firmanın ölçüsünə istehsaldaxili amil kimi texnika-
nın inkişaf səviyyəsi, tətbiq olunan texnoloji istehsal üsulunun oriji-
nallığı, istehsalın təşkili vəziyyəti, fəhlələrin mədəni-texniki səviyyə-
si və s. təsir göstərir.

Müəssisənin istər maksimum yol verilə bilən və istərsə də opti-
mal ölçüsünə, başqa sözlə, təmərküzləşmə səviyyəsinə bir sıra xarici
amillər də təsir göstərirlər. Bunlara xammal və nəqliyyat amillərini,
demoqrafik vəziyyəti (əmək ehtiyatlarının mövcudluğu), iqtisadi-
coğrafi amilləri (su təchizatı), regionun mənimsənilmə vəziyyəti, so-
sial infrastrukturun inkişaf səviyyəsi, ekoloji vəziyyət, vaxt amili,
digər bu qəbildən olan amillər aiddir.

İstehsal firmasının optimal ölçüsü bütün sahə üçün vahid deyildir
və maksimum yol verilə bilən ölçüdən fərqli olaraq müxtəlif şəraitdə
müxtəlif ola bilər. Maksimal ölçü yalnız istehsaldaxili amillərin təsiri
altında formalaşır və buna görə bütün sahə üçün vahiddir. Firma və
müəssisənin optimal ölçüsü təmərküzləşmənin səmərəsini xarici amil-
lər azaltmadıqda maksimum ölçüyə bərabər olur, məhdudlaşdırdıqda
isə maksimum ölçüdən az olur.

Artıq qeyd olunduğu kimi, bir qayda olaraq, müəssisənin ölçüsünün
böyüməsi ilə məhsul vahidinin buraxılışına xərclərin azalması baş
verir, yəni müəyyən qənaət əldə olunur. **Lakin istehsal xərclərinin**

aşağı düşməsi müəssisənin ölçüsünün müəyyən hədlərinə qədər baş verir. Bu hədd keçildikdə xərclərin azalması meylə tədricən ləngiyir, daha sonra tamamilə dayanır. Bundan sonra müəssisənin ölçüsünün böyüməsi xərclərin də səmərəsiz artımına səbəb olur. Bu cür qütbləşmə hədləri sənayenin ayrı-ayrı sahələrində (müəssisənin ölçüsünə təsir göstərən müxtəlif amillərin təsiri nəticəsində) bir-birindən açıq-aşkar fərqli olur və hər bir konkret sahənin strukturunun müəyyən edilməsində mühüm rol oynayır. Həmin məsələnin aydınlaşdırılması üçün minimal səmərəli ölçü konsepsiyasından istifadə etmək daha məqsədəuyğundur. Minimal səmərəli ölçü dedikdə, müəssisənin uzunmüddətli orta istehsal xərclərini minimuma endirə biləcək ən aşağı istehsal həcmi başa düşülür. **Bu konsepsiyaya uyğun olaraq, sənaye sahələri 3 qrupa bölünür:**

– bir qrup sənaye sahələrində istehsal həcmi artması ilə məhsul vahidinə çəkilən xərclərin azalması prosesi (bu, miqyasın müsbət effekti adlanır) tez başa çatır və bundan sonra müəssisənin böyüməsi məhsul vahidinə xərclərin də artmasına (bu, miqyasın mənfi effekti adlanır) səbəb olur. Belə sahələrdə minimal səmərəli ölçü istehsalın böyük olmaqla yanaşı müəyyən edilir. Bu, həmin sahələrdə çoxlu sayda, nisbətən kiçik istehsalçıların yanaşı mövcudluğuna imkan verir və rəqabətə səbəb olur. Belə sahələrə: yeyinti sənayesində – ət-süüd; yüngül sənayedə – tikiş, gön-dəri və ayaqqabı sənayesi; metal emalı sənayesi (metal məmulatları istehsalı); kombinəlaşdırılmış yem istehsalı; sənayenin başqa sahələrində – bədii məmulatlar istehsalı, musiqi alətlərinin hazırlanması, oyuncaq istehsalı, kimyəvi təmizləmə və boyama, dəftərxana ləvazimatı istehsalı və s. aiddir. Xarici ölkələrin (məsələn, ABŞ, Yaponiya, İtaliya və başqalarının) təcrübəsi göstərir ki, qeyd olunan sahələrdə başlıca olaraq kiçik və orta ölçülü müəssisələr üstünlük təşkil edir;

– bəzi sənaye sahələrində miqyasın müsbət effekti kifayət qədər tez başa çatır, mənfi effekt isə istehsalın daha böyük miqyaslarında yaranır. Belə sahələrdə həm kiçik, həm orta, həm də iri müəssisələr, demək olar ki, eyni dərəcədə səmərəlidir. Belə sahələrə: ağac emalı və mebel, sellüloz – kağız, poliqrafiya, tikinti materialları (səment istehsalı istisna olmaqla), toxuculuq, balıq, konserv sənaye sahələri və s. aiddir. Məsələn, poliqrafiya sənayesində qəzet buraxılışı ilə tamamilə iri müəssisələr məşğul olurlar. Kitab nəşri həm iri, həm orta

müəssisələrdə eyni dərəcədə səmərəlidir; cildlənmə və fotoqrafiya işi isə əsasən kiçik müəssisələrdə cəmlənir;

– nəhayət, sonuncu qrup sənaye sahələrində iri firmalar tam üstünlüyə malikdirlər: bu sahələrdə miqyas artımından qənaət əldə olunması daha sabit xarakter daşıyır və buna görə də iri müəssisələr daha səmərəli olurlar. Bu qrupa aşağıdakı sahələri daxil etmək olar: elektroenergetika, neft emalı, qara və əlvan metallurgiya, kimya və neft-kimya sənayesi, sement istehsalı, maşınqayırma, şüşə və çini-saxsı sənayesi, tibb sənayesi. Belə sahələrdə kiçik müəssisələr istehsalın minimal səmərəli ölçüsünü təmin edə bilmirlər. Bu isə o deməkdir ki, hər hansı məhsula tələbatın müəyyən həcmində onun istehsalının kifayət qədər səmərəliliyinə az sayda iri müəssisələr hesabına nail olmaq mümkündür. Əlbəttə, bu, həmin sahələrdə kiçik müəssisələrin fəaliyyət imkanlarını məhdudlaşdırır, lakin tam aradan qaldırmır. Belə ki, həmin sahələrdən bəzilərdə kiçik ölçülü müəssisələr əsasən köməkçi və xidmətedici istehsallarla, habelə müəyyən yarımfabrikatlarla və hissələrin hazırlanması ilə məşğul ola bilirlər. Son məhsul buraxılışı isə yalnız iri müəssisələrdə cəmlənir. Məsələn, maşınqayırma sənayesində ixtisaslaşdırılmış kiçik müəssisələr ümumi maşınqayırma təyinatlı xüsusi və kisici alətlər, şamp və tərtibatlar, habelə sahələrarası və sahədaxili eyniləşdirilmiş və standart hissələrin kütləvi istehsalı ilə məşğul ola bilirlər.

Müxtəlif ölçülü müəssisələr arasında əlaqə formalarının müəyyənləşdirilməsində yuxarıdakı qruplaşdırma mühüm rol oynayır. Belə ki, hər bir konkret sahədə kiçik müəssisələrin yerinə yetirdikləri funksiyalardan asılı olaraq onların başqa müəssisələrlə əlaqələri formalaşır. **Müxtəlif ölçülü müəssisələrin səmərəli uzlaşdırılması iki formada təşkil oluna bilər:**

1.Şaquli əlaqələr. Bu, üçüncü qrup sənaye sahələri, xüsusilə maşınqayırma üçün daha xarakterikdir. Yəni burada kiçik müəssisələr iri müəssisələrin sifarişlərini yerinə yetirərək onlar üçün aralıq məhsulları, hissələr, tərtibatlar, alətlər və s. istehsal edirlər. İri müəssisələr isə son hazır məhsulun yığılması və buraxılışı əməliyyatlarını həyata keçirirlər. Bu halda kiçik müəssisələrin istehsal proqramı həmin iri müəssisələrin sifariş portfeli əsasında formalaşır. Belə kiçik müəssisələr həm sərbəst, həm də baş müəssisənin tərkibində fəaliyyət göstərə bilirlər.

Lakin bazar iqtisadiyyatı şəraitində bunların sərbəstləşdirilməsi daha məqsədəuyğundur. Çünki bu halda rəqabət üçün geniş meydan yaranır.

2.Üfiqi əlaqələr. Bu, son hazır məhsulun istehsalı ilə məşğul olan müxtəlif ölçülü müstəqil müəssisələr arasında yaranır. Belə əlaqələrə daxil olmaqda hər bir müəssisə sərbəstdir və bu, həmin müəssisələrin təsərrüfat müstəqilliklərinə ciddi ziyan gətirmir. Belə əlaqələr, adətən, bu və ya digər istiqamətdə həmin qrup müəssisələr üçün daha əlverişli xarici iqtisadi münasibətlər mühiti yaratmaq üçün qurulur. Məsələn, sərbəst müəssisələr birləşib bank, elmi-tədqiqat institutu, informasiya-xidmət təşkilatları, sınaq-təcrübə laboratoriyaları, müştərək tələblərə xidmət edən istehsal firmaları və sahibkarlığın digər təşkilati-iqtisadi formalarını yarada bilirlər.

Sənaye sahələrinin bu cür qruplaşdırılmasının və ayrı-ayrı sahələrdə müxtəlif ölçülü müəssisələr arasında əlaqə formalarının müəyyənləşdirilməsinin, kiçik müəssisələrin yaranması və inkişafı perspektivləri baxımından müstəsna əhəmiyyəti vardır. Lakin iri, orta və kiçik firma və müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətlərinin səmərəli uzlaşdırılması problemi həmin müəssisələr arasında mütərəqqi əlaqə formalarının seçilməsi ilə öz-özünə həll olunmur. **Düzgün əlaqə formalarının seçilməsi məsələnin yalnız bir tərəfidir. Müxtəlif ölçülü müəssisələrin səmərəli (perspektivdə isə optimal) uzlaşdırılması probleminin daha mühüm və fundamental tərəfi isə iqtisadi inkişafın müasir və perspektiv tələblərinə cavab verən mütərəqqi sahə (habelə sənaye, ərazi) quruluşunun formalaşdırılmasıdır.**

Bazar iqtisadiyyatı sisteminə keçmiş ölkələrdə istehsalın təmərkləşdirilməsi prosesi (xüsusilə, aqreqat forması üzrə) ilə yanaşı onun diversifikasiyası, başqa sözlə, kiçik müəssisələrin və istehsalların yaranması prosesi də baş verir. Lakin iri müəssisələrin kiçik müəssisələrlə mövcudluğu «autsayder»lər üçün nəinki təhlükəlidir, əksinə, hətta faydalıdır. Buna səbəb həmin ölkələrdə fəaliyyət göstərən lizinq şirkətləri kiçik müəssisələr üçün bir növ "mühafizəçi" kimi çıxış etmələridir. Onlar lizinqin köməyiylə, yəni maşın, avadanlıq, nəqliyyat vasitələri, istehsal qurğuları və s.-ni icarəyə verməklə bunların istehsalçıları ilə istehlakçıları – kiçik müəssisələr arasında vasitəçilik edirlər. **Lizinq icarədarlığın xüsusi növüdür, adi icarədarlıqdan onu fərqləndirən budur ki, lizinq alan, adi icarədardan fərqli olaraq, aylıq**

icarə haqqı deyil, texnikanın amortizasiya ayırmalarının tam məbləğini ödəyir və elə bu səbəbdən də onun istismarına qayğı ilə yanaşır. **Lizinqi adi icarədarlıqdan fərqləndirən başqa bir cəhət də odur ki,** icarə müddəti qurtardıqdan sonra – tərəflərin razılığı ilə – icarəçi həmin istehsal-texniki təyinatlı əmlakı, daha dəqiq desək, əmək vasitələrini ala bilər. Bununla da, iqtisadi gücü o qədər də çox olmayan kiçik müəssisələr üçün belə alqı-satqı sövdələşməsi daha sərfəlidir. Bütün bunlara onu da əlavə etmək lazımdır ki, ümumiyyətlə, lizinq şirkətləri kiçik və orta ölçülü müəssisələrin iqtisadi təhlükəsizliyinin təminatçısı olmaqla yanaşı, icarəyə verdikləri əmək vasitələri üzrə elmi-texniki tərəqqinin daşıyıcısı rolunu da oynayırlar.

İri və kiçik müəssisələrin icarə münasibətləri – lizinq və franşayzing – haqqında daha geniş məlumat XVI fəslin sonunda veriləcəkdir.

Nəhayət, müəssisələrin optimal ölçüsü də istehsalın təmərküzləşməsi həddi qədər dəqiq hesablamalara əsasən müəyyən olunmalıdır. Problemin hər iki tərəfi, həm təmərküzləşmənin yuxarı sərhədinin və həm də müəssisənin optimal ölçüsünün düzgün tapılması, nəticə etibarilə, istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə müsbət planda təsir göstərə bilərlər.

4. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin iqtisadi səmərəliliyi

İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin iqtisadi səmərəliliyi öz əksini firma və ya müəssisənin ölçülərinin artması nəticəsində istehsalın texniki-iqtisadi göstəricilərinin yaxşılaşmasında tapır. Təmərküzləşmənin səmərəliliyinin əsas göstəricilərinə əmək məhsuldarlığının səviyyəsinin yüksəlməsini, məhsul vahidinin maya dəyərinin aşağı düşməsinə, fondveriminin artmasını səciyyələndirən göstəricilər aiddir.

Böyük həcmdə istehsal güclərinin, material və əmək resurslarının bir müəssisədə toplanması, başqa sözlə, təmərküzləşdirmə, istehsalın bütün üsürlərindən səmərəli istifadə olunmasına şərait yaradır; əmək məhsuldarlığı yüksəlir, maya dəyəri aşağı düşür, fondverimi artır və nəticə etibarilə, həmin müəssisədə istehsalın səmərəliliyi təmin edilmiş olur.

İri müəssisələr səmərəlilik baxımından bir çox üstünlüklərə malik olur ki, bunları şərtləndirən amillər aşağıdakılardır:

1. İri müəssisələrdə daha güclü və məhsuldarlığı yüksək olan avadanlıqlar tətbiq etmək mümkündür. Avadanlığın fərdi gücünün artırıl-

ması həmişə texnoloji proseslərin intensivləşdirilməsi ilə müşayiət olunur, çünki avadanlığın çəkisi və qabariti onun gücünə nisbətən az artır («gücdə tərəqqi – çəkiddə tənəzzül!»). Bu baxımdan, **daha güclü avadanlığın güc vahidi nisbətən ucuz başa gəlir**. Digər tərəfdən, avadanlıqların güclərinin artırılması binalara əlavə ehtiyacı azaldır, istehsal sahəsindən istifadə səmərəliliyini artırır və nəticədə kapital qoyuluşlarına qənaətə səbəb olur. Bir qayda olaraq, avadanlığın fərdi gücü artırılarkən xidmətedici heyətin sayı dəyişməz qalır və ya cüzi artır, bu da əmək məhsuldarlığının artmasına səbəb olur. Beləliklə, qeyd edilənlər nəticəsində güc vahidinə düşən məhsul istehsalının həcmi artır, avadanlığın dəyərində nisbətən istehsal edilən məhsulun dəyəri çox olur.

2. İri istehsallarda istehsalın və əməyin mütərəqqi təşkili formalarına keçmək daha asan olur. İri istehsallarda məhsul buraxılışının kütləvilik səviyyəsi yüksək olduğundan, burada ixtisaslaşmış (xüsusi) avadanlıqların, axın xətlərinin tətbiqinə, avtomatlaşdırma və kompleks mexanikləşdirmə işinin həyata keçirilməsinə şərait yaranır; müəssisənin bütün texniki-iqtisadi və iqtisadi göstəriciləri yaxşılaşır.

3. İstehsalın həcmcə artımına nisbətən qeyri-mütənasib artan xərclər – binaların qızdırılması və işıqlandırılmasına enerji sərfi, inzibati-idarə heyətinin əmək haqqı və s. azaldığından iri istehsalda hazırlanan məhsulun maya dəyəri kiçik istehsallara nisbətən aşağı səviyyədə olur.

4. Təmərküzləşmə səviyyəsi yüksək olan istehsallarda xammal və materiallardan, yanacaqdan qənaətlə istifadə üçün yeni, daha mükəmməl texnika, mütərəqqi texnoloji istehsal üsulunun tətbiqinə əlverişli şərait yaranır. İri istehsallarda tullantıların köməyiylə, müəssisənin profilinə uyğun olmasa da, başqa məhsulların istehsalının təşkilinə geniş imkanlar açılır.

5. İri istehsallarda elmi-tədqiqat və sınaq laboratoriyaları, güclü konstruktor büroları yaratmaq mümkün olur ki, bunlar da öz növbəsində elmi-texniki tərəqqinin inkişafına əsas yaradır və istehsal üsürlərindən daha səmərəli istifadə üçün elmi tövsiyələr hazırlamaq mümkün olur.

Qeyd etmək lazımdır ki, təmərküzləşmənin iqtisadi üstünlükləri aqreqat təmərküzləşmə forması üçün daha səciyyəvidir.

İstehsalın ekstensiv yolla təmərküzləşdirilməsi zamanı istehsal meydançalarının genişləndirilməsi – əlavə sexlərin tikilməsi, müəssisədəxili nəqliyyat xərcləri, binaların qızdırılması, işıqlandırılması,

ventilyasiyaların quraşdırılması və s. üçün əlavə xərclərə ehtiyac yadır. Nəticədə təmərküzləşmənin verdiyi səmərə xərclərin çoxalması səbəbindən istehsalın səmərəlilik səviyyəsinə ciddi təsir göstərə bilmir. Məhz bu səbəbdən də istehsalın ekstensiv yolla təmərküzləşdirilməsi müəyyən həddə qədər aparılmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, təmərküzləşdirmənin səviyyəsinin artmasını, yəni müəssisədə istehsalın miqyasını məhdudlaşdıran əsas amil idarəetmə ilə əlaqədarlır. İri istehsalı kiçik istehsala nisbətən idarə etmək çətindir. İri istehsalçıya çevrilmiş firmanın fəaliyyətinə səmərəli nəzarətin və koordinasiyanın həyata keçirilməsi prosesində əmələ gələn müəyyən çətinliklər miqyasdan "mənfi effektin" yaranmasına səbəb olur. Çünki istehsalın miqyası artdıqca, əldə olunan əlavə səmərə azalmağa başlayır, idarəetmə isə çətinləşir. Nəticədə istehsalın müəyyən miqyasında miqyasdan əldə olunan səmərə idarəetmədəki çətinliklərlə əlaqədar yaranan itkilərə bərabər olur. İstehsalın belə səviyyəsi optimal səviyyə hesab edilir. Elmi-texniki tərəqqi həm istehsalın miqyasının artmasından əldə olunan səmərəni çoxaldır, həm də idarəetməni asanlaşdırır. Nəticədə, istehsalın optimal ölçüsü artır və təmərküzləşmənin iqtisadi səmərəliliyi də yüksəlir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Əmək bölgüsü və onun növləri;
2. Təmərküzləşmənin mahiyyətini izah edin;
3. Təmərküzləşmənin hansı formaları vardır?
4. Təmərküzləşmə və istehsalın ictimai təşkilinin digər formalar ilə onun əlaqəni izah edin.
5. İstehsalın təmərküzləşmə səviyyəsini xarakterizə edən göstəricilər hansılardır?
6. Firmanın (müəssisənin) optimal ölçüsünün mahiyyətini izah edin.
7. Müəssisənin optimal ölçüsünə hansı amillər təsir göstərir?
8. Müəssisənin optimal ölçüsünə görə sənaye sahələri neçə qrupa bölünür?
9. Təmərküzləşmənin iqtisadi əhəmiyyətini izah edin.

Fəsil 5. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşma

1. İxtisaslaşdırmanın mahiyyəti və formaları.
2. Kooperasiyalaşmanın mahiyyəti və formaları.
3. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşmanın səviyyəsini müəyyən edən göstəricilər
4. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşmanın iqtisadi səmərəliliyi

1.İxtisaslaşdırmanın mahiyyəti və formaları

Məhsuldar qüvvələrin inkişafında əmək bölgüsü nəticəsində böyük tərəqqi baş vermişdir. **Əmək bölgüsü əmək fəaliyyətinin ixtisaslaşması ilə əlaqədar olub, onun növlərə ayrılması, lakin birgə, mövcud qarşılıqlı əlaqə və asılılıqda qalması ilə nəticələnən ictimai-iqtisadi prosesdir.** İngilis iqtisadçısı Adam Smit insanın mübadiləyə, ticarətə meylliliyinin nəticəsində əmək bölgüsünün əmələ gəldiyini göstərirdi. Mübadilə etmək imkanı əmək bölgüsünün dərinləşməsinə səbəb olduğundan, onun (əmək bölgüsünün) səviyyəsi mübadilə imkanlarının hədləri ilə, yəni bazarın həcmi ilə məhdudlaşır.

Əmək bölgüsü texniki və ictimai əmək bölgüsü kimi 2 qrupa bölünür. İctimai və texniki əmək bölgülərinin birlikdə baş verməsi peşələr üzrə əmək bölgüsünün əsasını təşkil etmişdir.

Texniki əmək bölgüsü – müəssisə miqyasında istifadə olunan insan əməyinin, tətbiq edilən texnikanın xüsusiyyətləri əsasında bir sıra funksiya və əməliyyatlar üzrə öz tərkib hissələrinə parçalanmasıdır.

İctimai əmək bölgüsünün özünün 3 forması biri-birindən fərqləndirilir:

- **ümumi əmək bölgüsü** iqtisadiyyatın iri sahələrə – sənaye, kənd təsərrüfatı, nəqliyyat və s. bu kimi sahələrə bölünməsində təzahür edir;
- **xüsusi əmək bölgüsü** özünü sənayenin, kənd təsərrüfatının və başqa sahələrin daxilində müxtəlif müstəqil sahələrin (alt sahələrin) əmələ gəlməsində tə göstərir;

– **fərdi əmək bölgüsü** bilavasitə müəssisə miqyasında baş verdiyindən onu istehsal fəaliyyətinin müxtəlif növləri üzrə tərkib hissələrinə – sex və istehsal sahələrinə ayırmışdır.

Beləliklə, əmək bölgüsünün inkişafı və dərinləşməsi bir neçə səviyyədə – ölkə, sahə, müəssisə və müəssisə daxilində baş verə bilər.

Sahə üzrə ixtisaslaşma – ictimai və ya şəxsi tələbatı ödəmək üçün məhdud nomenklaturada məhsul istehsalının nisbətən uzun dövr üçün hazırlanmasını təmin etmək məqsədilə bu işə hər hansı sahənin uyğunlaşdırılması, daha doğrusu təhkim olunması deməkdir.

Müəssisə miqyasında ixtisaslaşdırma işə – özünün konstruktiv quruluşuna, hazırlanma texnologiyasına görə analoq təşkil edən, təbii sahəsi məhdud olan, istehsalı uzun dövr üçün təkrarlanan məhsul istehsalının bir müəssisədə təmərküzləşməsidir. Belə ixtisaslaşma şəraitində istehsal prosesinin səmərəli və yüksək məhsuldarlıqlı texnika ilə təmin olunması, istehsalın təşkilinin mütərəqqi metodlarından istifadə edilməsi imkanları yaranır və kadrların peşə tərkibindən daha səmərəli istifadə olunması təmin edilir.

Müəssisədaxili ixtisaslaşdırma müəyyən texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi üçün onların sex, istehsal sahəsi və iş yerləri arasında bölüşdürülərək cəmləşdirilməsidir.

Beynəlxalq ixtisaslaşdırma işə iqtisadi əməkdaşlıq birliklərinə daxil olan ölkələr arasında baş verir. Lakin beynəlxalq ixtisaslaşmanı müəyyən edən amil ölkələrdən hər birinin özünün ölkədaxili ixtisaslaşmasıdır ki, bunun da əsas səbəbi ölkənin malik olduğu mütləq və müqayisəli üstünlüklərdir.

İstehsalın ixtisaslaşması bir çox hallarda ölkənin ərazilərində də baş verir; buna misal olaraq sənaye mərkəzləri, iqtisadi regionları və sənaye rayonlarını göstərmək olar.

Müəssisələr üzrə istehsalın ixtisaslaşdırılmasının əşya, hissə və texnoloji ixtisaslaşma formaları vardır.

İxtisaslaşdırmanın əşya forması bilavasitə istehlakçıya çatan hazır məhsul istehsalının bu və ya digər bir müəssisədə cəmləşdirilməsi deməkdir. Əşya üzrə ixtisaslaşdırmaya avtomobil, dəzgah, soyuducu, mebel istehsal edən firma və müəssisələri misal gətirmək olar.

Hissələr üzrə ixtisaslaşdırma forması sonradan istehsalda istifadə edilmək və hazır məhsulu dəstləşdirmək məqsədilə onun ayrı-ayrı

hissələrinin buraxılışının bu və ya digər bir müəssisədə təmərküzləşdirilməsi ilə səciyyələnilir. Hissə üzrə ixtisaslaşdırmaya diyircəkli yastıq, bölüşdürücü val, karbürator, porşen və s. hissələrin istehsalı təşkil olunmuş müəssisələri misal göstərmək olar.

Texnologiya üzrə və ya mərhələlər üzrə ixtisaslaşdırma forması bu və ya digər müəssisənin əmək predmetinin emalı mərhələlərindən birinin yerinə yetirilməsinə cəlb edilməsini səciyyələndirir.

İxtisaslaşmanın bu formasında texnologiyanın mərhələlərindən biri ayrılır, müstəqilləşir, daha doğrusu, "muxtariyyət" statusu alaraq fəaliyyət göstərir. Texnoloji prinsiplər üzrə ixtisaslaşdırılmış müəssisələrə mərkəzləşdirilmiş tökmə, mərkəzləşdirilmiş dəmirçi-press istehsallarını, yığma zavodları və s. aid edirlər.

Müasir sənaye istehsalı şəraitində istehsal prosesinin funksional bölgüsünün güclənməsi nəticəsində funksional ixtisaslaşdırma getdikcə daha geniş vüsət alır. Köməkçi və xidmətedici işlərin müəyyən növlərinin mərkəzləşdirilməsi və onların yerinə yetirilməsinin ixtisaslaşdırılmış müəssisələrdə cəmləşdirilməsi istehsal prosesinin funksional bölgüsü üçün xarakterik haldır. Belə funksional ixtisaslaşdırılmış müəssisələrə təmir və tara zavodlarını, energetika mərkəzlərini və s. misal göstərmək olar.

İstehsalın ixtisaslaşdırılmasının dərinləşməsi bir sıra amillərin təsiri nəticəsində baş verir ki, bunlara da aşağıdakılar aiddir:

– buraxılan məhsula perspektiv dövr üçün tələbatın artması və satış bazarının genişlənməsi. Məhsulun kifayət qədər sabit və mütəmadi olaraq təkrarlanan nomenklaturası müəssisənin istehsal proqramının – sifarişlər portfelinin – sabitliyini müəyyən edir. İstehsalın bütün üsürlərinin yüksək təkrar olunma dərəcəsi, onların daim artmaqda olan həmcins məhsul buraxılışına uyğunlaşması istehsalın ahəngdarlığının artmasına, istehsalın və əməyin təşkilinin mütərəqqi metodlarının tətbiq edilməsinə səbəb olur;

– elmi-texniki tərəqqinin yüksək tempi. İxtisaslaşdırma elmi-texniki tərəqqinin mühüm şərtidir və eyni zamanda onun nəticəsidir (bu iki proses arasında səbəb – nəticə əlaqələri mövcuddur), çünki elmi-texniki tərəqqi ixtisaslaşdırılmış müəssisələrin yaradılması yolu ilə əmək bölgüsünün dərinləşməsinə səbəb olan ciddi bir amildir;

– iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğun səviyyədə ixtisaslaşdırılmış müəssisədə məhsul buraxılışının təmərküzləşməsi və istehsalın opti-

mal ölçüyədək artması. Bu, məhsul istehsalı zamanı tətbiq edilən texnikanı və iş qüvvəsini maksimal səviyyədə yükləməyə imkan verir;

– buraxılan məhsulun çeşidinin uzunmüddətli və məqsəduyğun konstruktiv sabitliyinin yaradılması, məmullatların mütərəqqi və perspektiv tiplərinin işlənib hazırlanması, baza modellərinin və onların əsasında qurulmuş məmullatların yeni modifikasiyasının istehsalına başlanması və mənimsənilməsi. Mütərəqqi konstruktiv quruluşa malik avadanlığın istehsalın texnoloji dəyişkənliyi ilə sıx əlaqəsi, elmi-texniki tərəqqi və bazarın tələbləri nəticəsində məhsul nomenklaturasının tez-tez dəyişdiyi bir şəraitdə ixtisaslaşdırılmış maşın və avadanlıqlardan səmərəli istifadə etməyə şərait yaradır;

– müasir dövrdə elmi-texniki tərəqqi bir tərəfdən istehsal olunan məhsulların nomenklaturasının artması və tez-tez dəyişməsi ilə, digər tərəfdən isə qısa müddətdə ucuz məhsul istehsalının təmin edilməsi məqsədilə istehsalın ixtisaslaşması, mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması ilə xarakterizə olunur. Bu ziddiyyət birtipli məmullat və yarımfabrikatların kütləvi və iri seriyalı istehsalı ilə həll oluna bilər ki, bu da standartlaşdırma və eyniləşdirmə ilə (unifikasiya) sıx bağlıdır.

Standartlaşdırma – istehsal olunan məmullat və yarımfabrikatların fiziki, kimyəvi, həcm və digər ölçülərinə norma və tələblərin müəyyən olunmasıdır. Bu norma və tələblər standart adlanan sənədlər formasında rəsmiləşdirilir. Eyniləşdirmə isə məmullatın və onun elementlərinin vahid forma, ölçü və struktura gətirilməsini əks etdirir. Standartlaşdırma və eyniləşdirmə material və yarımfabrikat növlərinin sayını – səmərəlilik baxımından – minimuma endirməyə, eyni cinsli istehsalların ölçüsünü artırmağa və daha məhsuldar avadanlıqların tətbiqinə imkan verir və nəticədə, iqtisadi səmərəliliyi yüksəltməyə səbəb olan ixtisaslaşdırılmış müəssisələrin inkişafına şərait yaradır.

İctimai əmək bölgüsünün, ixtisaslaşmanın dərinləşməsi əməyin məhsuldarlığının yüksəlməsinə, əmək vasitələrindən istifadə səmərəliliyinin artırılmasına, əmək cisimlərindən qənaətlə istifadə olunmasına müsbət planda təsir göstərir.

İxtisaslaşmanın dərinləşdirilməsi istehsalın səmərəli təşkili formasına keçməyi nəzərdə tutan mühüm texniki-təşkilati tədbirdir. Bu onunla nəticələnir ki, istehsalın həcmi artır, bir iş yerində eyni əməliyyat dəfələrlə təkrar olunur, fəhlənin bu və ya digər əməliyyatı icra

etmək vərdişi formalaşır – əmək məhsuldarlığı yüksəlir və həmin iş yerində avtomat və xüsusi dəzgahlar tətbiq etməyə və onlardan istifadənin yaxşılaşdırılmasına imkan yaranır.

Bir sözlə, ixtisaslaşdırma, xüsusi avadanlıqların tətbiqilə istehsal olunan məhsulu kəmiyyətcə artırır, fəhlənin əmək vərdişlərinin inkişafı ilə əlaqədar olaraq istehsal edilən məhsun keyfiyyətini yüksəldir.

2. Kooperasiyalaşmanın mahiyyəti və formaları

İxtisaslaşdırma, artıq qeyd olunduğu kimi, məhsul istehsalı prosesinin ya mərhələlər və ya da məhsulun konstruksiyasını təşkil edən detal və bağlamalar üzrə tərkib hissələrinə bölünməsi və bunlardan hər birinin müstəqil istehsala çevrilməsidir. İxtisaslaşma nəticəsində həmin istehsallar məkanca ayrı düşsələr də, onlar sonradan həmin mürəkkəb məhsulun istehsalı üçün kooperasiya əlaqələrinə girirlər. Başqa sözlə, ixtisaslaşdırma kooperasiyalaşdırma üçün texniki, iqtisadi və təşkilati zəmin yaradır. **İstehsalın ixtisaslaşdırılmasının dərinləşməsi, bütöv bir istehsalın öz tərkib hissələrinə parçalanaraq müstəqilləşməsi, onlardan hər birinin ayrılıqda təsərrüfat nəticələrini yaxşılaşdırsa da, onları bir-birindən asılı edir, bunların, ayrılıqda olsa da, ümumi məqsədə çatmaq üçün səylərinin birləşdirilməsinə obyektiv ehtiyac yaradır.** Belə bir ehtiyacın təmin olunması təsərrüfat əlaqələrinin qurulması və inkişaf etdirilməsi vasitəsilə həyata keçirilir.

İxtisaslaşdırmanın dərinləşməsi eyni bir məhsul istehsalının iştirakçıları arasında təsərrüfat əlaqələrinin yaranmasını tələb edir ki, buna da istehsalın kooperasiyalaşması deyilir.

Kooperasiyalaşma müəyyən bir məhsulun birgə istehsalı ilə məşğul olan müəssisələr arasındakı uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələri formasıdır.

Təsərrüfat əlaqələri formaları kimi maddi-texniki təminatla kooperasiyalaşdırmanı bir-birindən fərqləndirmək lazımdır. Onlar zahirən bir-birlərinə bənzəsələr də, mahiyyətcə ciddi fərqləri olan proseslərdir.

Firma və müəssisələr arasındakı kooperasiya əlaqələri uzun dövrü – konkret məhsulun istehsalı dövrünü əhatə edir və bir növ müntəzəm xarakterli olur. Müəyyən bir mürəkkəb məhsulun istehsalında birgə iştirak edən firmalar (müəssisələr) onu tamamlayan baş müəssisənin xüsusi tələblərinə uyğun olaraq fəaliyyət göstəriirlər. Kooperasiya qaydası ilə məh-

sul göndərən firma və ya müəssisələr son məhsulun hazırlanması üçün zəruri olan aqrekat, bağlama, hissə, döymə, tökmə, qaynaq və s. məmulatları özlərinin istehsal proqramlarına daxil edirlər. **Məhz bu baxımdan kooperasiya yolu ilə məhsulgöndərmə təchizat işindən fərqlənir.**

Kooperasiyalaşdırma prosesi aşağıdakıları özündə əks etdirir:

– müəyyən istehsalın tələbatları üçün dəstləşdirici məmulatların və yarımfabrikatların göndərilməsi (istehsalı) və xidmətlərin yerinə yetirilməsini;

– məlum məhsulun müəyyən alıcıları ilə təchizatçının əlaqələrini;

– təchizatçının məhsul istehsal edən və yarımfabrikatı formalaşdırmaqda davam edən müəyyən istehlakçılar üçün yerinə yetirdiyi işini.

Bəzi hallarda kooperasiya heç bir müstəqil asılılığı olmayan, lakin onu müəssisələrdən birinin sərbəst istehsal güclərindən daha tam istifadə etmək məqsədilə öz aralarında təşkil edən, ixtisaslaşmış müəssisələr arasında əlaqələr yaratmaqla həyata keçirilir. Burada kooperasiyalaşdırma qısamüddətli olur və məhsul alan müəssisə öz istehsal gücündəki «zəif yeri» ləğv etdikdən sonra kooperasiya əlaqəsindən çıxır.

İxtisaslaşdırma istiqamətlərinə müvafiq olaraq kooperasiyalaşdırmanın aşağıdakı formaları fərqləndirilir:

Aqrekat üzrə kooperativləşdirmə. Kooperativləşdirmənin aqrekat növündən texniki səviyyəsinə və konstruktiv quruluşuna görə mürəkkəb məhsul istehsalı ilə məşğul olan baş zavod kooperasiyaya daxil olan (əlaqədar) zavodlardan elektrik mühərrikləri, generatorlar, reduktorlar, nasoslar, kompressorlar və s. kimi aqrekatlar almaqla hazır məhsulun istehsalını tamamlayırlar, onu bir növ dəstləşdirirlər.

Hissələr üzrə kooperativləşdirmə. Kooperativləşdirmənin bu növündə son hazır məhsulun istehsalı üzrə ixtisaslaşdırılmış baş müəssisə əlaqədar firmalardan hissə və qovşaqlar almaqla məhsulun istehsalı işini tamamlayır. Buna misal olaraq maşınqayırma sənayesində baş zavodların kooperasiyaya daxil olmuş müəssisələrdən porşen, radiator, diyircəkli yastıq, bolt, qayka almasını və yaxud ixtisaslaşdırılmış baş kimya sənaye müəssisələrinin digər əlaqədar müəssisələrdən plastik kütlə, texniki rezin, asbest və s. məmulatlarını almasını misal göstərmək olar.

Texnoloji mərhələlər üzrə kooperativləşdirmə. Kooperativləşdirmənin bu növündə bir müəssisə digərinə müəyyən yarımfabrikatlar

göndərir və ya onun üçün məhsul istehsalı texnologiyasının müəyyən bir mərhələsinin icrasını həyata keçirir. Buna misal olaraq, bir müəssisənin digərinə döymə, tökmə, ştamplama məmulatı, metal konstruksiyalar göndərilməsini göstərmək olar. Əyrilmiş yunun toxucu fabrikinə verilməsi texnoloji mərhələ üzrə kooperativləşmə üçün misal ola bilər.

Ərazi (məkan) və sahələr üzrə təşkili baxımından kooperativləşdirmə aşağıdakı formalarda olur:

– rayondaxili kooperativləşdirmə; belə kooperativləşdirmə forması iqtisadi rayonun daxilində olan müəssisələr arasında təsərrüfat əlaqələrinin yaradılmasına əsaslanır;

– rayonlararası kooperativləşdirmə; kooperativləşdirmənin bu formasında təsərrüfat əlaqələri müxtəlif rayonlarda yerləşdirilmiş müəssisələr arasında baş verir;

– sahədaxili kooperativləşdirmə; belə kooperasiya əlaqələri eyni sahənin iki və daha çox müəssisələri arasında yaranır;

– sahələrarası kooperativləşdirmə; kooperativləşdirmənin bu forması müxtəlif sahələrin müəssisələri arasında yaranır.

Rayondaxili kooperasiyalaşdırma əlaqələri rayonun kompleks inkişafına nail olmaqda müstəsna rola malikdir.

Kooperativləşdirmənin bu formasında səmərəli yükdaşımalar sxeminin tərtibi nisbətən asan, yerli resurslardan və istehsal güclərindən istifadə səviyyəsini yüksəltmək imkanı daha geniş olur.

İqtisadi suverenliyə nail olmuş respublikamız üçün rayondaxili kooperativləşdirmənin inkişafı üzrə ehtiyat mənbələri araşdırılmalı, təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb olunmalıdır.

İnkişaf etmiş ölkələrdə son dövrlərdə (XX əsrin 90-cı illərindən) kooperativləşmənin bir forması olan autsoring prosesi geniş yayılmışdır. **Autsoinq – müəssisə tərəfindən idarəetmənin təkmilləşdirilməsi məqsədilə həm xidmət və həm də əsas istehsal strukturlarından bəzilərinin icarəyə verilməsidir.** Bu zaman müəssisə və firmalar "yaxşı bacardığımı özüm etməliyəm, yaxşı bacarmadığımı yaxşı bacarana həvalə edirəm" prinsipini əsas götürürlər. Autsoinqin genişlənməsi sahibkarlıq fəaliyyətinin mürəkkəbləşməsi, az xərclə keyfiyyətli məhsul istehsal etməyə nail olmaq məqsədilə izah olunur.

İcrası kənara həvalə olunan sahibkarlıq funksiyası mahiyyətə ümumi istehsaldan ayrılmır, əksinə onun tərkib hissəsi kimi, yeni

keyfiyyətdə davam etdirilir. Başqa sözlə, autsorsinq prosesi yeni keyfiyyətdə kooperasiya əlaqələrinin yaranmasını şərtləndirir.

3. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşmanın səviyyəsini müəyyən edən göstəricilər

İstehsalın ixtisaslaşma və kooperasiyalaşma səviyyəsini təhlil etmək və qiymətləndirmək üçün müəyyən göstəricilər sistemindən istifadə edilir.

Göstəricilər sistemi ixtisaslaşdırma prosesinin aşağıdakı başlıca cəhətlərini özündə əks etdirməli və ya qiymətləndirilməlidir: əmək bölgüsünün səviyyəsini, yəni istehsalın ixtisaslaşdırma formasını; məhsulun sahənin və ya müəssisənin istehsal prosesinə uyğun gəlməsi dərəcəsini; məhsulun nomenklaturası və ya çeşidinin genişliyini; məhsulun konstruktiv-texnoloji cəhətdən ümumiliyini; texnoloji cəhətdən yekcins məhsulların istehsalının təmərküzləşmə və optimallıq səviyyəsini və başqalarını.

İstehsalın ixtisaslaşma səviyyəsini qiymətləndirərkən aşağıdakı göstəricilər sistemi tətbiq edilir:

– müəyyən növ məhsulun ümumi buraxılışında ixtisaslaşdırılmış sahənin xüsusi çəkisi, "əhatəetmə əmsalı" adlanan əmsal. "Əhatəetmə əmsalı" göstəricisi bu və ya digər sahənin formalaşması prosesini və iqtisadi inkişaf səviyyəsini səciyyələndirir və ölkədəki ümumi istehsalın həcmində ixtisaslaşdırılmış müəssisələr tərəfindən buraxılan məhsulun həcmnin xüsusi çəkisi kimi hesablanır;

– sahənin və ya müəssisənin ümumi məhsul buraxılışında əsas (profil) məhsulun xüsusi çəkisi, "sahə" və ya "müəssisə ixtisaslaşdırılması əmsalı" adlanan əmsal. Müəssisənin əsas (profil) məhsulu onun profilinə, yəni mövcud avadanlıqların, texnoloji prosesin və kadrların ixtisaslaşması xarakterinə uyğun olan konstruktiv və texnoloji cəhətdən yekcins məhsuldur. Əsas məhsul müəssisənin təsdiq olunmuş layihəsinə uyğun olur və onun pasportunda öz əksini tapır. "Əhatəetmə əmsalı" ilə "sahə" və ya "müəssisə ixtisaslaşdırılması əmsalı" qarşılıqlı surətdə bir-birini tamamlayır. Onlar, bir tərəfdən, ixtisaslaşdırılmış sahə və ya müəssisə tərəfindən müəyyən məhsula ümumi tələbatın necə təmin edildiyini, digər tərəfdən isə, həmin sahənin profilinə uyğun olmayan məhsulun xüsusi çəkisini səciyyələndirir;

– ayrı-ayrı detalların, qovşaqların, aqreqatların və pəstahların buraxılışı üzrə ixtisaslaşdırılmış və ya mərkəzləşdirilmiş istehsalların

müəssisə və sexləri tərəfindən buraxılan məhsulların istehsalın ümumi həcmində xüsusi çəkisi. Bu göstərici hissələr üzrə və texnoloji ixtisaslaşdırmanın inkişaf səviyyəsini səciyyələndirir və ayrı-ayrı sahələr, yaxud sahələr qrupu üzrə hesablanır;

– sahənin müəssisələri tərəfindən buraxılan konstruktiv və texnoloji cəhətdən yekcins məmulatlar qrupunun miqdarı, növləri və tipləri. Bu göstərici müəssisə tərəfindən buraxılan məmulatların nomenklaturası və ya çeşidinin genişliyini səciyyələndirir. Məhsulun nomenklaturası nə qədər məhdud olarsa, istehsalın yekcinslik dərəcəsi və müəssisənin ixtisaslaşma səviyyəsi bir o qədər yüksək olar.

Müəssisədaxili ixtisaslaşma səviyyəsi aşağıdakı göstəricilər vasitəsilə öyrənilir və təhlil edilir:

- a) ixtisaslaşdırılmış sex və sahələrin xüsusi çəkisi;
- b) bir iş yerinə düşən hissə-əməliyyatların sayı;
- c) əməliyyatların təhkim olunma əmsalı.

Sonuncu göstərici – təhkim olunma əmsalı ($\Theta_{t.ə}$) – aşağıdakı düsturün köməyi ilə müəyyən edilir.

$$\Theta_{t.ə} = \frac{\Sigma P}{n}$$

Burada, ΣP – sex və ya istehsal sahəsində ay ərzində yerinə yetirilmiş istehsal işinin həcmi; istehsal işi – bir iş yerində eyni fəhlə tərəfindən fasiləsiz icra olunan bir və ya bir neçə texnoloji əməliyyatdır.

n – birmövbəli iş rejimində işə çıxmış fəhlələrin və ya iş yerlərinin sayıdır.

İkinci və üçüncü göstəricilər («b» və «c») iş yerlərinin eyni texnoloji əməliyyatlarla yüklənməsi səviyyəsini, yəni ixtisaslaşmasını xarakterizə edir.

Müəssisənin ixtisaslaşma səviyyəsini daha tam xarakterizə etmək üçün istehsalın texniki və təşkilati səviyyəsini əks etdirən əlavə göstəricilərdən də istifadə edilə bilər. Bu göstəricilərə aşağıdakılar aiddir: hazırlanan məhsulun seriyalılığı və kütləvilik səviyyəsi; buraxılan məhsulda standartlaşdırılmış, normallaşdırılmış və eyniləşdirilmiş hissə, qovşaq və ya aqreqlərin xüsusi çəkisi; ümumi avadanlıqlar parçığında avtomat və xüsusi avadanlıqların payı və s.

Kooperasiyalaşma səviyyəsini təhlil etmək üçün elə göstəricilər tətbiq edirlər ki, onlar həm ixtisaslaşdırmanın inkişafını və həm də dərinləşməsini səciyyələndirir. Bu göstəricilərə aşağıdakılar daxildir:

- a) kooperasiyalaşma əmsalı, yaxud sahənin və müəssisənin buraxdığı ümumi məhsulun həcmində kooperasiya yolu ilə kənarından alınan yarımfabrikatların və dəstləşdirici məmulatların xüsusi çəkisi;
- b) baş müəssisə ilə kooperasiya əlaqələrinə girmiş müəssisələrin sayı, o cümlədən rayondaxili və ondan kənar müəssisələrin sayı;
- c) məhsul vahidinin maya dəyərində "satın alınmış yarımfabrikat və məmulatlar" adlı xərc maddəsinin xüsusi çəkisi;
- e) bir müəssisə və sahə üzrə rayondaxili və rayonlararası kooperativləşmənin nisbəti və s.

4. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşmanın iqtisadi səmərəliliyi

İstehsalın ixtisaslaşdırılması onun ölçüsünün optimal səviyyəyə qədər artırılmasına şərait yaradır ki, bu da öz növbəsində istehsala yüksək məhsuldarlıqlı texnika və texnologiya tətbiq etməyə, kadrların ixtisasını artırmağa, təchizatçı və istehlakçılarla sabit əlaqələr yaratmağa, müəssisənin təşkilati və istehsal strukturunu təkmilləşdirməyə və s. imkan verir. Beləliklə, istehsalın ixtisaslaşdırılması əsasında səmərəliliyinin artırılması sahə və müəssisədə həyata keçirilən təşkilati, texniki və iqtisadi tədbirlərlə əlaqədardır. Bu baxımdan ixtisaslaşma və kooperasiyalaşdırmanın maksimal iqtisadi səmərəni təmin edən optimal variantının əsaslandırılması böyük əhəmiyyət kəsb edir.

İstehsalın ixtisaslaşdırılmasının iqtisadi səmərəliliyinin əsas göstəricilərinə: məhsul istehsalına, cari məsrəflərə və onun istehlakçılara çatdırılmasına çəkilən nəqliyyat xərclərinə qənaət; əsaslı vəsait qoyuluşlarına qənaət və onların ödəmə müddəti; istehsalın ixtisaslaşdırılmasından əldə edilən illik iqtisadi səmərə və s. aiddir.

İxtisaslaşdırma nəticəsində gözlənilən cari qənaət (Q_{ix}) aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$Q_{ix} = [(M_1 + X_{n1}) - (M_2 + X_{n2})] \times B_1$$

Burada, M_1 və M_2 – ixtisaslaşdırma keçirilənədək və keçiriləndən sonra məhsul vahidinin maya dəyəri, manatla;

X_{n1} və X_{n2} – ixtisaslaşdırma keçirilinədək və keçirildikdən sonra nəqliyyat xərcləri, manatla;

B_1 – ixtisaslaşdırma keçirildikdən sonra məhsul istehsalının illik həcmi.

Kooperasiya əlaqələrindən əldə edilən qənaəti müəyyən edərkən nəzərə almaq lazımdır ki, kooperasiya nəticəsində məhsul göndərmələrdə olan dəyişikliklərdən əldə edilən qənaət, yaxud zərər nəqliyyat-tədarük xərclərinin dəyişməsindən və kooperasiya yolu ilə alınmış məhsulun qiymətindəki fərqdən əmələ gəlir. Kooperasiya əlaqələrindən əldə edilən qənaət bu düsturla müəyyən edilir:

$$Q_k = [M - (Q_{iy} + X_{nx})] \times B$$

Burada, Q_k – kooperasiya əlaqələrindən əldə edilən qənaət, manatla;

M – müəssisədə məmulatın (hissə, qovşaq, yarımfabrikatın və s.) tam zavod maya dəyəridir;

Q_{iy} – həmin məmulatın ixtisaslaşdırılmış müəssisədən daxil olacaq topdansatış qiymətidir;

X_{nx} – məmulat vahidinə düşən nəqliyyat-tədarük xərcləridir;

B – planlaşdırılan ildə kooperasiya yolu ilə ilk dəfə alınan məmulatın miqdarıdır.

Əgər müəssisə kənarından gətirdiyi məhsulun istehsalını özündə təşkil edərsə, bu tədbirin maya dəyərinə təsiri (Q_{km}) aşağıdakı kimi hesablanır.

$$Q_{km} = [Q_{kq} - M_1] + X_{nx} \times B_2$$

Burada, Q_{kq} – kooperasiya yolu ilə alınan məmulatın topdansatış qiymətidir;

M_1 – istehlakçı müəssisədə məmulatın istehsal maya dəyəridir;

B_2 – planlaşdırılan ildə kooperativləşmə yolu ilə göndərilməsi dayandırılan məmulatın miqdarıdır.

İqtisadi səmərəliliyin hesablanması, əlavə əsaslı vəsait qoyuluşlarının kəmiyyəti ilə ixtisaslaşdırmanın optimal variantının həyata keçirilməsindən əldə edilən qənaət arasındakı nisbətdən ibarət olan, ixtisaslaşdırma üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsinə çəkilən məsrəflərin ödənmə müddətini və bu məsrəflərin iqtisadi səmərəliliyini müəyyən etməklə başa çatdırılır.

Əgər bu zaman daxili rentabellik norması normativdən çox, ödənmə müddəti azdırsa, onda ixtisaslaşdırmanın təkmilləşdirilməsi və dərinləşdirilməsi ilə əlaqədar tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün nəzərdə tutulan investisiya qoyuluşları iqtisadi cəhətdən səmərəlidir, əgər daxili rentabellik norması az, ödənmə müddəti çoxdırsa, onda həmin tədbirlər səmərəsiz olduğuna görə onların həyata keçirilməsi məqsədəuyğun deyildir.

İxtisaslaşmadan əldə edilən illik iqtisadi səmərə (Q) aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$Q = Q_{ux} - E_h \times \Delta \Theta$$

Burada, Q_{ux} – ixtisaslaşmanın keçirilməsindən əldə olunan illik qənaətdir, manatla;

E_h – səmərəliliyin normativ əmsalı;

$\Delta \Theta$ – ixtisaslaşdırmanı həyata keçirmək üçün əlavə əsaslı vəsait qoyuluşudur.

İstehsalın ixtisaslaşdırılmasına dair tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar investisiya layihəsinin əlverişli variantının seçilməsində investisiyanın səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin standart metodlarından istifadə olunur. Bunlara, əsasən, cari xalis dəyər və daxili rentabellik norması göstəriciləri aiddir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İxtisaslaşma ilə təmərküzləşmənin nə əlaqəsi?
2. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşdırmanın mahiyyətini izah edin.
3. İxtisaslaşdırmanın formaları haqqında nə kimi məlumatınız vardır?
4. Kooperasiyalaşdırmanın hansı formaları vardır?
5. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşdırmanın səviyyəsini xarakterizə edən göstəricilər hansılardır?
6. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşdırmanın iqtisadi səmərəliliyi necə müəyyən olunur?
7. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşdırmanın iqtisadi səmərəliliyini izah edin.

Fəsil 6. Firmada kombinləşdirmə

1. Kombinləşmənin mahiyyəti və formaları
2. Kombinləşdirmənin şərtləri və inkişafı
3. Müxtəlif sənaye sahələrində kombinləşdirmənin xüsusiyyətləri
4. Kombinləşdirmənin iqtisadi səmərəliliyi

1. Kombinləşmənin mahiyyəti və formaları

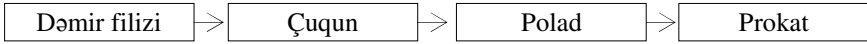
İctimai əmək bölgüsü və istehsalın təmərküzləşməsi onun ictimai təşkil formalarından biri olan kombinləşmənin də yaranmasının əsas şərti kimi çıxış edirlər.

Bir çox sənaye sahələri üçün səciyyəvi olan, istehsalın ictimai təşkil forması kimi **kombinləşdirmə – texnoloji, iqtisadi, təşkilati baxımdan əlaqəli olan müxtəlif sahələrə məxsus ayrı-ayrı istehsalların, məhsul buraxmaq qabiliyyətlərinin proporsionallığını təmin etmək şərtilə, vahid istehsal kompleksində birləşdirilməsidir.** Başqa sözlə, kombinləşdirmə maddi-texniki bazasına və ya texnoloji istehsal üsulunun ümumiliyinə və habelə xammal və materialların müştərək istifadəsinə görə müxtəlif istehsalların məkanca eyni ərazidə, bir müəssisədə təmərküzləşdirilməsidir. Kombinləşməyə daxil olan sahələrdən biri kompleksin əsasını və kombinatın profilini müəyyən edir. Kombinatu istehsalı xammalın ardıcıl və kompleks emalına əsaslanmayan, lakin həmcins məhsullar istehsal edən müəssisələrin bir ərazidə yerləşdirilməsindən yaranan birliklərlə qarışdırmaq olmaz; sonuncu təmərküzləşdirmə olsa da, kombinləşdirmə deyildir; o, ixtisaslaşdırmaadır.

Əmək predmetlərinin emalının ayrı-ayrı mərhələlərinin birləşdirilməsi xarakterindən asılı olaraq kombinləşmənin 3 forması mövcuddur.

1.Xammalın – hazır məhsulun alınmasına qədər – ardıcıl emalına görə. Kombinləşmənin bu forması üçün qara metallurgiya kombinatları daha səciyyəvidir. Bu istehsalda, xammal kimi istehlak olunan dəmir filizinin hasil edilməsi və zənginləşdirilməsindən son-

ra, metallurgiya kombinatında ardıcıl olaraq çuqun, polad və prokat (yayma, vərəqə polad) alınır (şəkil 6.1).



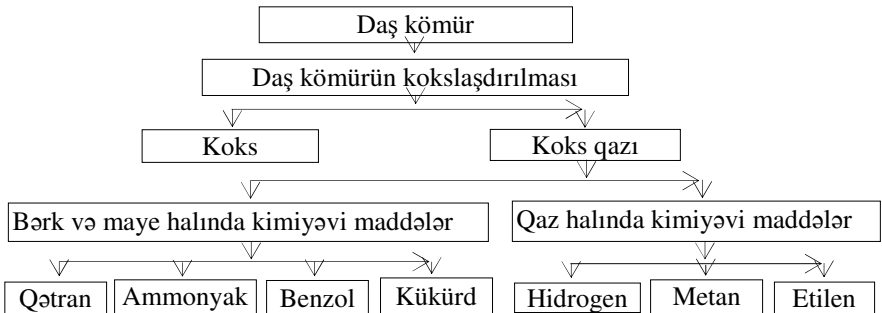
Şəkil 6.1. Dəmir filizinin ardıcıl emalına əsaslanan kombinat

2.Xammalın kompleks emalına görə. Məlumdur ki, mineral (üzvi) və kənd təsərrüfatı xammalı bir sıra müxtəlif faydalı komponentlərin (maddələrin) birləşmələrindən ibarətdir. Elmi-texniki tərəqqinin müasir vəziyyətində, xüsusilə kimyəvi və termiki proseslərin köməyiylə, xammalın tərkibində olan bütün faydalı ünsürləri ayırmaq və istifadə etmək mümkün olur. Xammalın son faydalı maddənin alınmasına qədər emalı ondan kompleks istifadəni təmin edir. **Xammalın kompleks emalı nəticəsində müxtəlif məhsullar istehsalına nail olmaq üçün onun ictimai təşkili vahid bir məkanda birləşdirilir, kombinatların yaradılması vasitəsilə həyata keçirilir.**

Xammalın kompleks emalına əsaslanan kombinləşməyə daş kömürün emalını misal göstərmək olar. Burada ilk əvəl daş kömürün koklaşdırılmasından koks və koks qazı alınır, koks və koks qazından isə tərkibi müxtəlif və zəngin maddələrdən ibarət bərk, duru və qaz halında olan kimya məhsulları istehsal edilir.

Emalın davam etdirilməsilə növbəti mərhələdə əgər koksdan bərk və duru kimya məhsullarından olan qətran, ammoniyak, benzol və kükürd alınarsa, qaz halında olan hissədən – koks qazından isə hidrogen, metan və etilen istehsal edilir.

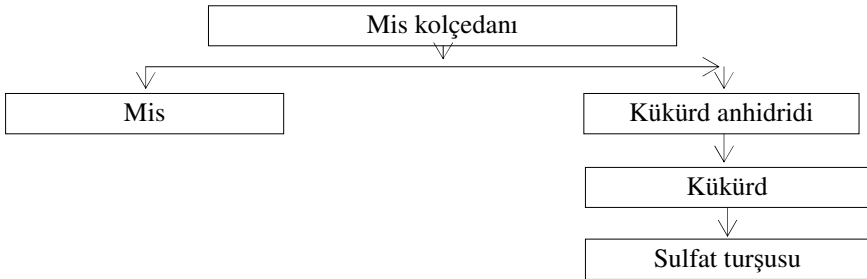
Bütün göstərilən məhsulların istehsalı xammalın kompleks emalına əsaslanan kombinatlarda həyata keçirilir (şəkil 6.2).



Şəkil 6.2. Daş kömürün kompleks emalına əsaslanan kombinat

3. Tullantılardan istifadəyə görə. Hər şeydən əvvəl, qeyd etmək lazımdır ki, təbiətdə monotərkibli mineral xammal yoxdur. Buna görə də, bu qəbildən olan hər hansı bir xammalın emalı zamanı həmin istehsal üçün həm əsas olan və həm də əsas olmayan məhsullar alınır və bir də texnoloji tullantılar yaranır. Buna misal olaraq misin alınması üçün kombinləşməni misal göstərmək olar.

Təbiətdə misin bir neçə birləşmələri olsa da, bunlardan sənaye əhəmiyyətli onun kükürlü olan birləşməsi, mis kolçedanıdır-piritdir. Piritin emalından əsas məhsul kimi təmiz mis alınarsa, həmin istehsal üçün əsas olmayan yanaşı (yanaki, səmt) məhsul kimi kükürd anhidridi də alınır. Kükürd anhidridinin emalından kükürd və sonuncunun emalından isə sulfat turşusu istehsal edilir (şəkil 6.3). Əgər istehsal yalnız misin alınması ilə tamamlanarsa, onda sulfat anhidridi həmin istehsalın tullantısı hesab olunardı və həmin müəssisə isə kombinat deyil, zavod adlanardı.



Şəkil 6.3. Mis kolçedanının (piritin) emal mərhələləri

Ümumiyyətlə, istehsal (texnoloji, təşkilati-texniki) tullantılarını onların fiziki hallarından asılı olaraq müxtəlif üsulların köməyi ilə emal edir və utilləşdirirlər:

1. Maye və qaz halında – absorbsiya (hopdurma, udma), çökdürmə, filtrləşdirmə və termiki emal;
2. Maye və bərk halında – kristallaşdırma və termiki emal;
3. Maye halında – buxarlandırma, distilləmə və rektifikasiya (ayırma);
4. Bərk halında – ekstraksiya (çıxarmaq) və kimyəvi emal.

İstehsallar arasında əlaqələrin xarakterindən asılı olaraq kombinləşmə üç tipə: şaquli, üfiqi və qarışıq tiplərə bölünür.

Şaquli kombinləşmə xammalın ardıcıl olaraq emal edilərək yarımfabrikat və hazır məhsula çevrilməsini nəzərdə tutur.

Üfiqi kombinləşmə xammalın kompleks emalı ilə əlaqədardır. Bu kombinləşmə növü ilkin xammalın emalının bir neçə axınının mövcudluğunu nəzərdə tutur ki, nəticədə bir neçə sahənin məhsulu alınır. Ufiqi kombinləşməyə misal neft-kimya kombinatlarını göstərmək olar. Burada neft məhsulları ilə yanaşı kimya məhsulları da alınır.

Qarışıq kombinləşmə o halda olur ki, xammalın bir növünün ardıcıl emalından əsas yarımfabrikat və ya hazır məhsul, tullantılardan isə əlavə yarımfabrikat və ya əlavə hazır məhsullar alınır.

Qeyd etmək lazımdır ki, kombinləşmə istehsalın ictimai təşkilinin forması kimi müxtəlif istehsal müəssisələri arasında daha sıx təsərrüfat əlaqələri əsasında fəaliyyət göstərir. Bu onunla izah olunur ki, əgər təsərrüfat əlaqələri forması kimi maddi-texniki təminat və kooperativləşmə məkanca müxtəlif ərazilərdə yerləşdirilmiş müəssisələr arasında baş verirsə, kombinləşmədəki təsərrüfat əlaqələri eyni məkan daxilində olur.

2. Kombinləşdirmənin şərtləri və inkişafı

Kombinləşdirmə müəssisədə istehsalların ən sıx əlaqələndirilməsinə əsaslanan istehsalın ictimai təşkili formasıdır. **Kombinləşmiş müəssisələrdə texnoloji prosesin bir mərhələsindən digərinə keçid fasiləsiz və ən qısa yolla, az vaxt intervalında baş verir; istehsallardan birinin nəticəsi digəri üçün başlanğıc olur – birinin məhsulu digəri üçün xammal, material və ya yarımfabrikat rolunda çıxış edir.** Bir qayda olaraq, kombinatlar ümumi istilik-enerji təchizatına, vahid nəqliyyat sistemində malik olur və əksər hallarda bir ərazidə yerləşirlər. Bütövlükdə isə, kombinatlara 3 əsas cəhət səciyyəvidir:

- a) müxtəlif istehsalların birliyi;
- b) kombinata daxil olan istehsalların texniki-iqtisadi vəhdəti;
- c) vahid enerji sistemi və nəqliyyat bazası.

Kombinləşmənin müxtəlif istehsalların vəhdəti kimi şərtlənməsi onu (kombinləşməni) təmərküləşdirmədən – mahiyyətcə, prinsipial olmasa da – fərqləndirən cəhətdir. Çünki artıq qeyd olunduğu kimi, əgər eyni bir ərazidə analoji müəssisələrin cəmləşdirilməsi təmərküləşdirilmədirsə, müxtəlif istehsalların eyni bir ərazidə (məkan) təmərküləşdirilməsi kombinləşdirmədir. Yalnız müxtəlif istehsalların

birləşdirilməsi, başqa sözlə, təmərküzləşdirilməsi yolu ilə səmərəli şəkildə xammalın ardıcıl emalına nail olmaq və onun (xammalın) substansiyasına daxil olan bütün faydalı komponentləri ayırmaqla – müxtəlif iqtisadi təyinatlı – məhsullar istehsalını təmin etmək mümkündür.

Kombinələşmənin özünəməxsus xarakterik cəhətlərindən biri də ona daxil olan müəssisələrin texniki-iqtisadi vəhdətidir. Bu o deməkdir ki, kombinata daxil olan müxtəlif müəssisələrin istehsal gücləri öz ölçülərinə görə uzlaşdırılmış olur, məhsulun nomenklaturası və keyfiyyətinə görə isə bir-birilə analoq təşkil edirlər; buraxılan məhsullar eyni mənşəli xammaldan istehsal olunduqlarından onların fiziki-kimyəvi xassələri də biri-birindən ciddi surətdə fərqlənmir.

Kombinələşmə müxtəlif istehsal profilli müəssisələrin eyni ərazidə birləşdirilməsinə əsaslandığından onların enerji, su, buxar və qaz təchizatı vahid sistemə daxil olur, nəqliyyat xidməti mərkəzləşdirilmiş qaydada təşkil edilir, onlara eyni köməkçi təsərrüfatlar xidmət göstərə bilirlər və s.

Qeyd etmək lazımdır ki, **kombinələşmənin əsas şərti, artıq qeyd edildiyi kimi, müxtəlif profilli istehsalların eyni bir məkanda təmərküzləşdirilməsi olsa da, həmin «müxtəlif istehsalların» özlərinin ixtisaslaşmış istehsallar olmaları şəraitində kombinələşmənin səmərəli təşkilinə və yüksək təsərrüfat nəticələrinə daha çox təminat verə bilirlər.**

Elmi-texniki tərəqqi, xüsusilə onun kimyalaşdırma, elektrikləşdirmə, mexanikləşdirmə və avtomatlaşdırma istiqamətləri kombinələşdirmə üçün daha böyük imkanlar açır, onun texniki-iqtisadi göstəricilərini daha mütəhərrik edirlər.

Elmi-texniki tərəqqinin kimyalaşdırma istiqaməti texnologiyasında kimyəvi və fiziki-kimyəvi emal əməliyyatlarının üstünlük təşkil etdiyi sənaye sahələrində, kombinələşmə üçün daha əlverişli imkanlar yaradır. Belə sahələrdən kimya, metallurgiya, neft emalı, neft-kimya, qaz, meşə, yüngül və yeyinti sənaye sahələrini göstərmək olar. Digər tərəfdən elmi-texniki tərəqqinin mexanikləşdirmə və avtomatlaşdırma istiqaməti kombinələşmə üçün səciyyəvi olan texnoloji müxtəliflikləri konstruksiyalarına görə mürəkkəb istehsal avadanlıqlarında təmərküzləşdirə bilir. Əgər belə demək mümkündürsə, əmək predmetinin emalında çoxsaylı, lakin mahiyyətinə görə həmcins əmə-

liyyatları icra edən avadanlıqlar «kombayn»larla əvəz olunurlar. Bütün bunlar isə, şübhəsizki elektricləşdirməsiz qeyri-mümkündür.

Xammalın kompleks emalına əsaslanan kombinləşdirilmiş istehsallar yalnız o vaxt mümkündür ki, texnoloji mərhələnin hər biri üçün mükəmməl texniki işləmələr mövcud olsun və onların tətbiqi texniki cəhətdən heç bir çətinlik törətməsin. Yaxud, əgər yaranmış tullantıların utilləşdirilməsi (faydalı edilməsi) üçün müvafiq texnologiya mövcuddursa, onda həmin kombinatda emal edilən xammal – əgər həmin istehsalda təşkilati itkilərə yol verilmirsə – son faydalı komponentinə qədər emal oluna bilər. Belə halda, **istehsala daxil olan xammal öz çəkisinə görə istehsaldan çıxan hazır məhsulun çəkisinə bərabər ola bilər.** Deməli, müəssisənin kombinləşdirilmiş müəssisə olması, istifadə edilən xammalın tam dərinliyinə qədər emal olunması üçün əsas şərt elmi-texniki nailiyyətlərin həmin istehsalın bütün mərhələlərini əhatə edə bilməsidir.

3. Müxtəlif sənaye sahələrində kombinləşdirmənin xüsusiyyətləri

Kombinləşmə və bunun əsasında kombinatların yaradılması sənayenin bir sıra sahələrində geniş vüsət almışdır. Belə sənaye sahələrindən, artıq qeyd olunduğu kimi, metallurjiya, kimya, yeyinti və ağac emalı sənaye sahələrini göstərmək olar.

Kombinləşdirmə sənayenin ən böyük sahələrindən olan hasilədiçi sənayedə, daha dəqiq desək, hasilədiçi sənayeyə daxil olan sahələr arasında mümkün deyildir. Çünki kombinləşmənin həlledici şərti olan müxtəlif sənaye sahələrinin bircə səyi ilə «xammalın ardıcıl emalı» şərti pozulur – «hasilədiçi» anlayışı ilə «xammalın ardıcıl emalı» anlayışları bir-birini inkar edir, «emalədiçi» və «hasilədiçi» sənayələr arasındakı prinsiplial texniki-texnoloji fərqlər silinir; hasilədiçi sənaye firması eyni zamanda emalədiçi firma ola bilməz .

Doğrudur, hasilədiçi sənaye sahələrindən olan dağ-mədən sənayesində, məsələn, filiz zənginləşdirmə kombinatları fəaliyyət göstərir. Lakin burada, ümumiyyətlə, xammalın emalından söhbət gedə bilməz, o, filizi emal etmir, emal üçün hazırlayır; mexaniki qarışıqlardan azad etməklə zənginləşdirir.

Hasilədiçi və emalədiçi sənaye sahələri arasında kombinləşməyə gəlincə, göstərmək lazımdır ki, bu sahələrə aid müəssisələr arasında

(«müştərək») istehsalın ictimai təşkilinin, haqqında bəhs olunan forması çox geniş yayılmışdır. Buna misal olaraq metallurgiya zavodlarının (emal sənayesi) filiz mədənlərlə (hasiledici sənaye), koks-kimya zavodlarının (emal sənayesi) kömür şaxtaları ilə (hasiledici sənaye), neft emalı zavodlarının (emal sənayesi) neft-mədən sənaye müəssisələrlə (hasiledici sənaye) kombinələşməsini göstərmək olar. **Hasiledici sənaye müəssisələri ilə emaledici sənaye müəssisələri arasındakı istehsal əlaqələrinin qurulması əmək predmetlərinin ardıcıl və kompleks emalına əsaslanan kombinatların yaradılması və fəaliyyəti üçün həlledici şərt olur.**

Emaledici sənaye müəssisəsinin hasiledici sənaye müəssisəsinə yaxınlaşdırılmasına – kombinasiya olunmasına əsaslanan kombinatlar əmək predmetinin alınması xərclərini ciddi surətdə azaldır, başqa sözlə, ixtisara salır, daşınan əmək predmeti deyil, artıq bir dəfə emala məruz qalan əmək «predmeti» – məhsul olur.

Hasiledici və emaledici sənaye müəssisələrinin kombinələşdirilməsi, əmək predmetinə təsirin kimyəvi üsullarının tətbiqinə əsaslanan istehsal üçün (neft-kimya, koks-kimya və s.) daha səciyyəvidir.

Mexaniki üsulla əmək predmetlərinə təsirə əsaslanan istehsallar, məlum olduğu kimi, emal olunan xammalın kimyəvi məzmununa müdaxilə etmir, yalnız onun formasını dəyişdirə bilər. Buna görə də burada xammalın kompleks emalından söhbət gedə bilməz, mexaniki təsirlərlə əmək predmetinin formaca dəyişdirilməsi şəraitində yalnız xammalın ardıcıl emalına əsaslanan kombinatlar yaratmaq olar.

Xammalın mexaniki üsulla ardıcıl emalına, başqa sözlə, bu prinsipə əsaslanaraq maşınqayırma və yüngül sənaye sahələrində kombinatlar yaratmaq mümkündür. Lakin mövcud obyektiv texniki və təşkilati məhdudiyyətlər buna o qədər də imkan vermir. Məsələn, maşınqayırma, əsasən, metal istehlakçısı olduğundan təbiidir ki, onun (metalın) burada kompleks emalı istisnaqlıq təşkil etdiyi kimi, maşınqayırmanın məhsullarını istehlak edən müəssisələrlə də kombinələşmə işi mümkün deyildir.

Əmək predmetinin mexaniki yolla işlənməsinə əsaslanan maşınqayırmada kombinələşmənin əsas forması xammalın ardıcıl emalı forması ola bilər. Bu halda «metallurgiya-maşınqayırma-metallurgiya» sxemi üzrə maşınqayırma və metallurgiya istehsalları uzlaşdırılma-

dır. Əvvəlki «metallurgiya» dəmir filizinin emalına aiddirsə, sonuncu «metallurgiya» maşınqayırmada yaranan texnoloji tullantının – yonqarın şixtə materialının tərkib hissəsi kimi marten istehsalına aiddir. Azərbaycan Respublikasının maşınqayırması üçün belə kombinat formasından istifadə etmək mümkün deyil, çünki maşınqayırmanı nə dəmir filizi mədəninə yaxınlaşdırmaq mümkündür, nə də böyük həcmdə yonqar «istehsal edən» maşınqayırma müəssisələri yoxdur.

Nəzəri və həm də praktiki baxımdan metallurgiya və maşınqayırma müəssisələrini xammalın ardıcıl emalına əsaslanan kombinatda birləşdirmək olar. Vaxtı ilə belə kombinatlar yaradılmış və indi də mövcuddur. Lakin bu, iqtisadi məqsədəuyğunluq baxımından – «kombinat yaratmaq xatirinə kombinat yaratmaq» – səhv olardı, çünki belə olduğu şəraitdə bütün maşınqayırma zavodları nəzdində orta ölçülü və ya kiçik metallurgiya zavodları inşa etmək lazım gələrdi.

Mexaniki emal üsuluna əsaslanan yüngül sənayedə də kombinləşmənin inkişafına təsir göstərən amillər vardır. Əsas amil isə sənayenin bu sahəsində təmərküzləşmə səviyyəsinin aşağı olmasıdır. Lakin buna baxmayaraq dünya ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanın da yüngül sənayesində bir çox kombinatlar yaradılmışdı. Belə kombinatlara Bakı komvol, Bakı zərif mahud, Mingəçevir toxuculuq kombinatlarını və başqalarını misal göstərmək olar.

Elmi-texniki tərəqqi əsasında əmək predmetlərinin daxili strukturuna tam nüfuz etmək qabiliyyətinə nail olmuş kimyaya əsaslanan istehsallarda kombinləşmənin imkanları daha genişdir.

Kimyəvi üsulla emala əsaslanan istehsallarda kombinləşmənin hər 3 şərti – xammalın ardıcıl və kompleks emalı, tullantılardan istifadə üçün obyektiv texniki-texnoloji və digər şərait yaranır.

Elmi-texniki tərəqqi kimya sənaye texnikası və texnologiyasını inkişaf etdirmək və təkmilləşdirməklə əmək predmetini öz tərkib hissələrinə parçalamaq və hər bir faydalı komponentin iqtisadiyyatlaşdırılması imkanını genişləndirir.

Əmək predmetinə təsir etməyin kimyəvi üsulları vasitəsilə metallurgiya, kimya sənayesinin özündə, ağac emalı, yeyinti sənayesi və sənayenin digər sahələrində kombinləşmə kimi istehsalın ictimai təşkili formasından iqtisadi inkişaf üçün istifadəyə geniş meydan açılır.

Kombinləşdirmə əmək predmetinin emalında, mexaniki və kimyəvi üsullara əsaslanan sənaye sahələrində eyni tərzdə baş vermir, fərqlənirlər. Kimyəvi üsullar vasitəsilə əmək predmetinin emalını həyata keçirən istehsallarda texnoloji prosesin xarakteri kombinatların yaradılması zəruriliyinə daha çox meyli olurlar. Belə ki, kimya kombinatlarında texnoloji mərhələnin hansısa bir yerində fasilə yaratmaq qeyri-mümkündür. **Buna səbəb emalın texnoloji ardıcılığındakı üzvi bağlılıqdır və fasilələrə yol verilərsə, emalın sonrakı mərhələlərinə daxil olacaq bitməmiş istehsal öz fiziki-kimyəvi xüsusiyyətlərini itirə bilər.** Buraya onu da əlavə etmək lazımdır ki, reqlamentlərə riayət olunmazsa, kimya texnologiyasına əsaslanan istehsallar, daha dəqiq desək, kimya məhsullarının istehsalı ətraf mühitin çirklənməsi üçün təhlükə yarada bilər. Əgər kimya kombinatlarının müəyyən mərhələlərindən birini ayıraraq başqa ərazidə yeni müəssisə yaratmaqla kimyəvi yarımfabrikatlar yenidən emal edilərsə, ətraf mühitin qorunması işi daha da mürəkkəbləşə bilər. **Başqa sözlə, kimya məhsullarının nəinki istehsalı, həm də onların istehlakı da ətraf mühit üçün potensial cəhətdən eyni dərəcədə təhlükəlidir.** Bu mənada kimya məhsulları istehsalının pərakəndə qaydada deyil, kombinləşmiş şəkildə eyni bir məkanda təşkili iqtisadi məqsədəuyğunluğu və texniki cəhətdən zəruriliyi kimi, ekoloji baxımından da əlverişlidir.

Mexaniki emala əsaslanan istehsallarda – kombinatlarda – mərhələlərin biri-birindən ayrılaraq müstəqil fəaliyyət göstərmələri texniki-təşkilati baxımdan çətin deyil, ekoloji cəhətdən təhlükəsizdir, lakin iqtisadi cəhətdən çox hallarda məqsədəuyğun olmur. Məsələn, komvol kombinatlarında, mexaniki üsullarla xammal emal edən, adətən, üç fabrikin fəaliyyəti birləşdirilir: əyirici, toxucu, boyama-ütüləmə. Bunların hər birini ayrı-ayrılıqda – müxtəlif məkanda – yerləşdirməklə də son məhsulu zəruri keyfiyyətdə istehsal etmək mümkündür. **Lakin iqtisadi baxımdan yun parça istehsalının belə təşkili məqbul sayıla bilməz, çünki fabriklər arasında yaranacaq təsərrüfat əlaqələri nəqliyyat xərclərini artıracaq, nəticədə yun parçanın maya dəyəri xeyli yüksələcəkdir.** Bir sözlə, kombinləşmə texnologiyasının özünəməxsusluğundan asılı olaraq, kombinatların yaradılması ya iqtisadi və təşkilati, ya da texnoloji istehsal üsulunun orijinallığı və ekoloji əlverişlilik amillərinə söykənə bilər.

Azərbaycan Respublikasının təbii sərvətlərindən neft və təbii qazın emalına əsaslanan kombinləşdirmə perspektiv inkişaf imkanları baxımından ən əhəmiyyətliyədir. Belə ki, neftayırma və neft-kimya sənayesində neftdən alınan məhsulların və təbii qazın emalı kombinləşmənin formalarından olan xammalın kompleks işlənməsi üsulu üçün gələcəkdə – neft kontraktları reallaşdıqca, neft hasilatı artdıqca – güclü amilə çevriləcəkdir. Həmin xammal və materiallar əsasında müvafiq kombinləşdirmə işinin həyata keçirilməsində təcrübə toplamağa ehtiyac da yoxdur, çünki bunların sələfi olan kombinatların respublikamızda yaradılma tarixi kifayət qədərdir.

Neft-kimya kombinatları neftin dərininə emalının köməyiylə müxtəlif yanacaq (benzin, kerosin, liqroin, mazut və s.) növlərindən əlavə geniş çeşiddə kimya məhsulları – sintetik qətran və kauçuk, plastik kütlə, süni və sintetik liflər və s. almaq mümkündür. Bütün bunlara nail olmaq üçün neftin dərininə emalını təmin edən, mükəmməl texnologiyanın və habelə adları sadalanan və digər kimyəvi məhsulların alınması üçün elm və texnikanın son nailiyyətlərinə əsaslanan yeni texnoloji istehsal üsullarının tətbiqi tələb olunur.

Öz-özlüyündə aydındır ki, neft və təbii qaz əsasında yaradılacaq kombinatların verəcəyi kimyəvi məhsullar əlaqədar istehsalların da (şin, parça və s.) inkişafına təkan verəcəkdir.

Azərbaycan Respublikasında bir sıra başqa sənaye sahələrinə məxsus kombinatların (yüngül, yeyinti və s.) yaradılması və inkişaf etdirilməsi üçün perspektivdə daha böyük imkanlar yaranacaqdır. Təbii və texniki amillərdən əlavə həmin imkanlar bazar münasibətləri və xüsusilə, onun aparıcı qanunları olan tələb və təklif qanunlarının tələblərindən irəli gələcəkdir.

4. Kombinləşdirmənin iqtisadi səmərəliliyi

Kombinləşmə, istehsalın ictimai təşkilinin digər formaları kimi, sənaye istehsalının iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsində müstəsna rola malikdir.

Kombinləşdirilmiş istehsallarda, xüsusilə kimya, neftayırma, metallurgiya və yeyinti sənayesi sahələrində prosesin fasiləsizliyi texnoloji əməliyyatları icra edən maşın, avadanlıq, aparat və s.-nin aramsız işləmələri ilə şərtləndiyindən istismarda olan əmək vasitələrindən sə-

mərəli istifadəni təmin edir. Onların eyni vaxtda – paralel olaraq – bir neçə növ məhsul istehsal etmələri, əlbəttə, həmin məhsulların ayrı-ayrı müəssisələrdə istehsalından səmərəlidir, çünki sonuncu variantda texnoloji prosesə əlavə avadanlıqlar cəlb etməyə ehtiyac qalmır.

Kombinəlaşmə canlı əməyə qənaət, məhsulun əməktutumunun azaldılmasında, başqa sözlə, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsində geniş texniki-təşkilati imkanlara malikdir. İlk əvvəl bu onunla əlaqədardır ki, kombinat fəhlələri – onun istehsal avadanlıqları kimi – bir deyil, eyni vaxtda bir neçə məhsulun istehsalı işini icra edirlər. **Kombinatın sahə məxsusluğundan asılı olaraq onların bir qisminə istehsalın avtomatlaşdırılması və kompleks mexanikləşdirilməsi, fərdi texniki gücü böyük olan avadanlıqların tətbiqi yüksək əmək məhsuldarlığına da təminat verir.**

Kombinələşdirmənin hər üç formasında eyni məkanda müxtəlif sənaye sahələrinə məxsus bir neçə məhsulun istehsalının təmərküzləşdirilməsi onların ayrı-ayrı müəssisələrdə istehsalının təşkilinə nisbətən köməkçi və xidmətedici sahələr, xüsusilə istehsal infrastrukturuna əsaslı vəsait qoyuluşunun xüsusi çəkisini azaldır.

Kombinəlaşmənin ictimai istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsindəki rolu şərh edilərkən bir məsələ də unudulmamalıdır. Kombinatlarda müxtəlif istehsallar (müəssisələr) birləşdirildiyindən onların ayrılıqda fəaliyyət şəraiti ilə müqayisədə onlardan hər birində yaradılan zəruri həcmdə istehsal ehtiyatları ciddi şəkildə ixtisar edilir, daha doğrusu, bu, yalnız birinci müəssisədə yaradılır. Məsələn, əgər Bakı komvol kombinatına daxil olan fabriklər (əyirici, toxucu, boyama-ütüləmə) ayrılıqda fəaliyyət göstərsəydilər, onlardan hər birində istehsal ehtiyatları yaratmaq lazım gələrdi. Kombinət şəraitində həmin istehsal ehtiyatlarının üçündən ikisinə ehtiyac qalmır – o yalnız əyirici fabrikində yaradılır. **Beləliklə, kombinəlaşmənin iqtisadi üstünlüklərindən biri də xammalın məcmu halda təsərrüfat dövriyyəsinə optimal həddə cəlb olunmasına təminat verməsi, onların səfərbəredilmə səviyyəsini yüksəldə bilməsidir.** Nəticədə, istehsal ehtiyatlarının – xammal və materialın – texnoloji prosesə «giriş» və məhsulun istehsaldan «çıxış» məqamları arasındakı vaxt intervalı azalır – dövriyyə vəsaitlərinin dövr sürəti artır.

Ümumiyyətlə, kombinələşdirilmiş istehsal şəraitində əmək məhsuldarlığının və fondveriminin daha yüksək, məhsulun material və

əsaslı vəsait tutumlarının aşağı olması, istehsalın bir növ yekun göstəricisi olan məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması ilə nəticələnir. İqtisadiyyatın bir cəhəti olan xərclərin azalması və digər cəhəti olan təsərrüfat nəticələrinin yüksək olması – kombinləşdirmənin xidməti kimi – sənaye istehsalının iqtisadi səmərəliliyini təmin edir.

İstehsalın ictimai təşkilinin digər formalarında olduğu kimi, kombinləşmənin də iqtisadi səmərəlilik, səviyyə və inkişafı dinamikasını öyrənmək, təhlil etmək və prosesə nəzarət etmək üçün göstəricilər sistemindən istifadə olunur və onlar aşağıdakılardır:

- kombinatlarda birləşdirilən texnoloji mərhələ və sahələrin sayı – müxtəlifliyin mürəkkəbliyin dərəcəsi;
- kombinatlarda istehsal olunan məhsulun, ümumiyyətlə, həmin təyinatdan olan məhsul istehsalında payı (natural və dəyər ölçüsündə);
- kombinləşmiş istehsallarda işləyən fəhlələrin sayı və bunların həmin təyinatdan məhsul istehsal edən fəhlələrin ümumi sayında xüsusi çəkisi;
- kombinləşmiş istehsalların əsas fondlarının dəyəri və bunun eyni məhsul istehsalında istismar olunan əsas fondların ümumi dəyərində xüsusi çəkisi;
- kombinləşmiş müəssisələrin istehsal həcmi;
- kombinləşmiş müəssisələrdə emal olunan xammalın növə görə sayı və s.

Sadalanmış göstəricilərin hesablanması, müvafiq məlumatların mövcudluğu şəraitində çətin deyil və onların riyazi dildə – düsturlar şəklində verilməsinə ehtiyac qalmır.

Kombinləşmənin bir proses kimi mürəkkəbliyi və bununla əlaqədar kombinatların fəaliyyətinin kəmiyyət və keyfiyyət tərəfini xarakterizə edən vahid bir göstəricinin tətbiqi mümkün deyildir. Elə buna görədir ki, kompleks göstəricilərdən istifadə etməklə kombinatların fəaliyyətlərinin texniki, texniki-iqtisadi, iqtisadi və sosial cəhətlərini öyrənmək və müəyyən nəticələr əldə etmək və habelə, onları ümumiləşdirmək mümkündür.

Sənaye istehsalında kombinləşdirmə onun iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə çox ciddi dərəcədə təsiretmə gücünə malikdir.

Sənayedə kombinləşmənin iqtisadi səmərəliliyinin ən ümdə istiqamətli göstəricisi xammaldan istifadə səviyyəsini yüksəltməklə eyni

həcmdə əmək cismindən daha çox məhsul istehsalını təmin etməsindədir. Konkret olaraq kombinləşmə aşağıda göstərilən istiqamətlər üzrə ictimai əməyə qənaətlə nəticələnir və istehsalın səmərəliliyini yüksəldir:

- a) kombinatın əsas istehsallarında əmək predmetləri və vasitələrinə, iş qüvvəsinə çəkilən xərclərə qənaət;
- b) istehsalın təşkili ilə əlaqədar olan vəsaitə qənaət;
- c) xammal bazasının genişləndirilməsi;
- d) müəssisələrin coğrafi baxımından əlverişli yerləşdirilməsi;
- e) xammal, hazır məhsul və yarımfabrikatların daşınma xərclərinə qənaət;
- f) istehsal ehtiyatları həcmnin ciddi surətdə azalması və s.

Kombinləşmə, xüsusilə onun tullantılarının utilləşdirilməsinə əsaslanan forması iqtisadi səmərəliliklə yanaşı, ekoloji baxımdan, təbiətin mühafizə və ətraf mühitin çirklənməsinin qarşısını almaq nöqtəyindən müstəsna əhəmiyyətə malikdir. Bütün bunlardan əlavə kombinləşmənin tullantılardan istifadə formasının tətbiqilə yeni iş yerlərinin açılması və əhalinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi yolu ilə mühüm sosial problemin həlli mümkün olur.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Kombinləşmənin təşkilati-iqtisadi mahiyyətini izah edin.
2. Kombinləşdirmənin hansı formaları var?
3. Kombinatın səciyyəvi cəhətləri hansılardır?
4. Kombinləşdirmənin iqtisadi səmərəliliyi necə müəyən olunur?
5. Sənaye sahələrində kombinləşdirmənin xüsusiyyətlərini izah edin.
6. Kombinləşdirmənin iqtisadi səmərəliliyini səciyyələndirən göstəriciləri sadalaya bilərsinizmi?
7. Kombinləşmə istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə hansı istiqamətlərdə təsir göstərə bilər?
8. Azərbaycan sənayesində kombinləşmənin hansı formalarının inkişafı üçün real imkanlar mövcuddur?

BÖLMƏ IV

FİRMANIN İSTEHSAL RESURSLARI VƏ ONLARDAN SƏMƏRƏLİ İSTİFADƏNİN ZƏRURİLİYİ

Fəsil 7. Firmada əmək resursları, əmək məhsuldarlığı və əmək haqqı

1. Firmanın əmək resursları və onun tərkibi
2. Firmada kadrların idarə olunmasının xüsusiyyətləri
3. Əmək məhsuldarlığının mahiyyəti və onun ölçülmə metodları
4. Əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatları və amilləri
5. Firmada əməyin normalaşdırılması
6. Əmək haqqının mahiyyəti və əhəmiyyəti
7. Firmada əməyin ödənilməsinin forma və sistemləri

1. Firmanın əmək resursları və onun tərkibi

Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi onun kadrlarından, orada çalışan işçilərin səriştələrindən, peşəkarlıq və ixtisas səviyyələrindən bilavasitə asılı olur. Onlar – xüsusilə mühəndislər – əmək vasitələri və predmetlərini təkmilləşdirir və texniki tərəqqinin fasiləsizliyində, müvafiq elmi-tədqiqat və layihə təşkilatları ilə yanaşı, çox mühüm rola malik olurlar. Elmi-texniki tərəqqi istehsalın nəinki maddi unsürlərində keyfiyyət dəyişiklikləri aparır, həm də kadrların özlərini də, intellektual səviyyə baxımından, təkmilləşdirir. Texnika nə qədər mükəmməl olsa da, ondan istifadə edən heyətin səriştəsizliyi həmin texnikanın potensial imkanlarını tam reallaşdırmağa mane olur.

Hər hansı bir müəssisənin istehsal proqramını yerinə yetirmək (başqa sözlə, dolayı olsa da, onu əsaslandırmaq) üçün zəruri sayda işçilər tələb olunur. Sifarişlər portfelindəki öhdəlikləri yerinə yetirmək üçün lazım olan işçilərin sayı mücərrəd anlayış olmayıb, onların

müəyyən qruplar üzrə konkret sayını nəzərdə tutur. Bunun üçün müəssisənin kadrları funksional tərkibinə görə təsnifləşdirilir.

Firmanın kadrları, ilk əvvəl, istehsal heyəti (başqa sözlə, əsas fəaliyyət heyəti) və qeyri-istehsal heyəti (qeyri-əsas fəaliyyət heyəti) kimi (başqa sözlə, mənzil-kommunal təsərrüfatının, uşaq bağçalarının, səhiyyə və yardımçı təsərrüfatlarının işçiləri) qruplaşdırılır.

İstehsal heyəti icra etdikləri funksiyaların xarakterinə görə fəhlələr, mühəndis-texniki işçilər, qulluqçular, kiçik xidmətəddici heyət, şagirdlər və mühafizə işçiləri kateqoriyalarına bölünürlər.

İstehsal heyətinin əsas tərkib hissəsi olan fəhlələr qrupuna bilavasitə məhsul yaradılmasında iştirak edən və habelə istehsal prosesinin normal gedişatını təmin edən işçilər aid olunurlar.

İcra etdikləri işin xarakterindəki fərqlərə görə **fəhlələr kateqoriyasını 4 əsas qrupa bölmək olar:**

1. Texnoloji prosesdə iştirak edən, əmək predmetini emal etmək yolu ilə bilavasitə hazır məhsula çevirən fəhlələr. Lakin bunlardan əlavə, avtomatlaşdırılmış istehsallarda fəhlə-nizamlayıcılar da bu qrupa daxil edirlər, çünki onlar avadanlıqların normal işini təmin edirlər;

2. Xammal, material və hazır məhsulun, yarımfabrikatların daşınması, anbarlaşdırılması və qorunması ilə məşğul olan fəhlələr;

3. Əsas fondların təmirini, istehsal avadanlıqlarının profilaktikasını həyata keçirən, təmir üçün hissə və tərtibatlar istehsal edən fəhlələr;

4. Hazır məhsulun keyfiyyətinə nəzarət işini icra edən fəhlələr.

Birinci qrupa daxil olan fəhlələr əsas, digər qruplara aid edilənlər isə köməkçi fəhlələr hesab olunurlar.

Mühəndis-texniki, mütəxəssis və rəhbər işçilər kateqoriyasına istehsala texniki rəhbərlik funksiyasını həyata keçirən kadrlar aid olunurlar. Əqli əmək nümayəndələri olan bu kateqoriya işçilər istehsala rəhbərlik və onun təşkilinin konstruktor, texnoloji, təşkilati-texniki və sırf istehsal məsələləri ilə məşğul olurlar. Bu kateqoriya işçilərə firmanın rəhbərliyi, menecerlər, baş mütəxəssislər, sex (sahə, növbə) rəisləri, mühəndislər, texniklər, ustalar və s. daxildirlər. Bura bəzi iqtisadçılar (əmək, normalaşdırma və s.) da daxil edilir.

Qulluqçular kateqoriyasına maliyyə, uçot, təchizat-satış, dəftərxana və bəzi inzibati-idarə işçiləri aid olunurlar.

Şagirdlər kateqoriyasına fəhlə peşəsinə yiyələnmək üçün fərdi və briqada (qrup) şəklində həm bilavasitə müəssisənin özündə hamilik yolu ilə və həm də başqa məktəblərə ezamiyyə olunmuş gənclər aid olunur. Bu kateqoriyaya habelə müəssisənin balansında olan texniki-peşə məktəblərinin şagirdləri də daxil edilir.

Kiçik xidmətedici heyətə inzibati-idarə binalarına qulluq edən xadimələr, süpürgəçilər, minik avtomobillərinin sürücüləri, kuryerlər, paltarasanlar və s. işçilər aiddirlər.

Mühafizə işçilərinə isə müəssisənin gözətçiləri və yangından mühafizə işçiləri aid edirlər.

Firmanın qeyri-istehsal sahələrində çalışan işçilər istehsal heyətinə aid edilmir. Bu qəbildən olan işçilərə yaşayış binalarına, səhiyyə məntəqələrinə, uşaq bağçalarına, klublara, yardımçı təsərrüfatlara xidmət edən işçilər daxil olunurlar. Bundan məqsəd istehsal işçilərilə istehsal xarakterli işləri icra etməyənlər arasındakı optimal say nisbətini müəyyənləşdirməkdir.

Təsərrüfatçılıq təcrübəsində firmalar istehsal heyətinin tərkibi üzrə bəzi işçi kateqoriyalarının nisbətlerini hesablayır və təhlil edirlər. Bu iş xüsusilə, əsas və köməkçi fəhlələrin nisbətini, bir də onlarla (əsas və köməkçi fəhlələrlə) idarə aparatında çalışan işçilərin say nisbətlerinin öyrənilməsində istifadə olunur.

İstehsal heyətinin tərkibini təşkil edən müxtəlif kateqoriyalardan olan işçilərin say nisbətini öyrənilməsi heyətin idarə olunmasında böyük əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, əsas və köməkçi fəhlələrinin say nisbətini dinamikasını izləmək firma üçün maraqlı doğuran nəticələr çıxarmağa, ümumiləşdirmələr aparmağa yardımçı ola bilər.

Bunun üçün aşağıdakı düstura müraciət edilir:

$$F_n = \frac{\Theta_f}{K_f}$$

Burda F_n – əsas və köməkçi fəhlələrin say nisbəti;

Θ_f – əsas fəhlələrin sayı;

K_f – köməkçi fəhlələrin sayı

Əgər əsas və köməkçi fəhlələrin say nisbəti ikincinin hesabına çoxalsın, bu, o deməkdir ki, həmin firmada köməkçi işlərin mexanizmləşdirmə səviyyəsi artır və bununla əlaqədar köməkçi fəhlələr sayca azalır.

Bundan əlavə firmanın fəhlə kontingentinin say ilə, idarə aparatı işçilərinin – «idarə olunanlarla idarə edilənlərin» – say nisbəti tədqiq və təhlil edilir. Bu məqsədlə aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$J_{ap} = \frac{\Theta_f + K_f}{A_p}$$

Burada J_{ap} – firmanın fəhlələrinin sayı ilə idarə aparatı işçilərinin say nisbətidir;

A_p – firmanın idarəetmə aparatı işçilərinin sayıdır.

Əgər – burada da – kəsrin qiyməti onun məxrəcinin azalması hesabına baş verirsə, bu o deməkdir ki, firmanın idarə aparatı sadələşir. İdarəetmə ilə məşğul olanların sayı azalır və bilavasitə məhsul istehsalı ilə məşğul olanların sayı isə artır.

İstehsal işçilərinin peşə-ixtisas tərkibinə gəlinə o, hər bir müəssisənin özünəməxsus xarakterindən asılı olaraq fərqlənir. Məsələn, metallurgiya üçün səciyyəvi olan peşə-ixtisas işçisi polad-əridən və polad yayandırsa, toxuculuq üçün – əyirici və toxucu, kimya müəssisəsində aparatçı və operator, maşınqayırma üçün tornaçılar, dəmirçilər, çilingərlər və s.-dir. Bütün bu müxtəliflik müəssisələrin texnoloji özünəməxsusluğundan irəli gəlir, texnoloji əməliyyatları icra etmək üçün isə müvafiq peşə sahiblərinin xüsusi hazırlığı tələb olunur.

Müəssisənin kadrlarının peşə-ixtisas dərəcələri (kvalifikasiya) üzrə təsnifləşdirilməsi onun (müəssisənin) istehsal strukturunda, texniki bazasında və işçilərinin mədəni-texniki səviyyələrində baş verən dəyişikliklərin öyrənilməsində böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Hər bir istehsal sahəsində baş verən əmək bölgüsü elmi-texniki işləmələrin istehsala tətbiqi və bununla əlaqədar olaraq **müxtəlif iş növlərinin yaranması və həmin işlərin fəhlələr tərəfindən yerinə yetirilməsi, onlardan müəyyən nəzəri və empirik biliklər tələb edir ki, bunlar da öz əksini müxtəlif peşələrdə tapır.**

Peşənin tərkibində isə əlavə bilik və vərdiş tələb edən ixtisaslar formalaşır. Məsələn, çilingər peşəsi müxtəlif çilingər ixtisaslarına – çilingər-yığıcı, çilingər-alətçi, çilingər-təmirçi və s. bölünür.

İxtisas isə öz tərkibində müxtəlif ixtisas dərəcələrini birləşdirir. Yerinə yetirilən işin mürəkkəbliyi, dəqiqliyi, məsuliyyəti müəy-

yən bilik, vərdiş və bacarıq tələb edir. Bundan asılı olaraq fəhlələrə ixtisas dərəcələri verilir.

İxtisas dərəcəsinin mühüm tərkib hissələri fəhlənin ümumi təhsili, texniki hazırlıq səviyyəsi və müəyyən ixtisas üzrə onun praktiki vərdişləridir.

İstehsalın texniki səviyyəsi yüksəldikcə, istehsala daha mütərəqqi və mürəkkəb maşınlar tətbiq olunduqca, texnoloji istehsal üsulu təkmilləşdirildikcə, fəhlənin ixtisas dərəcələrinə tələblər də çoxalır.

Fəhlələr ixtisas dərəcələrinə görə dörd qrupa bölünür: ixtisassız (ixtisas dərəcəsi olmayan), az ixtisaslı, ixtisaslı, yüksək ixtisas dərəcəli.

Öz-özlüyündə aydındır ki, xüsusi hazırlıq tələb etməyən işlərin icrası ixtisas dərəcəsi olmayan, başqa sözlə, ixtisassız fəhlələr tərəfindən yerinə yetirilməlidir.

Az ixtisas dərəcəli fəhlənin xüsusi hazırlıq keçmə müddəti cəmi bir neçə həftə ərzində baş verə bilər. Bu qəbildən olan fəhlələrin icra etdikləri iş o qədər də mürəkkəb olmur.

İxtisas dərəcəli, başqa sözlə, ixtisaslı fəhlələrin hazırlanması 2-3 il müddətində vaxt tələb edir.

Yüksək ixtisas dərəcəli fəhlələrin hazırlanmasında, onlarda nəzəri biliklərlə yanaşı müəyyən iş təcrübəsinin formalaşması da zəruri əhəmiyyət daşıyır. Belə fəhlələr isə nisbətən daha uzunmüddətli vaxt ərzində formalaşır.

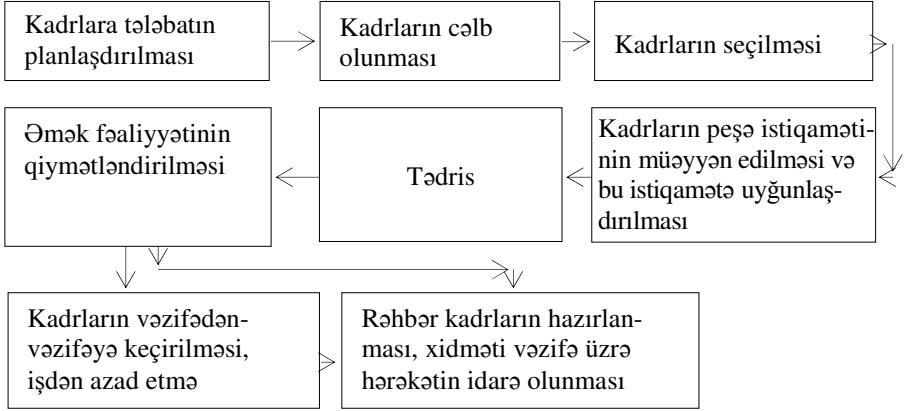
İstehsal sahəsində elmi-texniki tərəqqinin təsiri altında, tədricən olsa da, yuxarıda göstərilən ixtisas dərəcələri arasında ixtisassız fəhlələrin sayı azalmağa doğru meyli edir, yüksək ixtisas dərəcəli fəhlələrin sayı isə artır.

Hər hansı bir istehsal sahəsində ixtisas dərəcəsi aşağı olan fəhlələrin sayca çox olması o deməkdir ki, həmin sahədə elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətləri lazımınca tətbiq olunmur, köməkçi işlərin, yükləmə-boşaltma, təmir və s.-nin mexanikləşdirilmə səviyyəsi aşağıdır.

2. Firmada kadrların idarə olunmasının xüsusiyyətləri

Firmada kadrların idarə edilməsi – işə qəbul, fəhlələrə, xüsusilə, gənc fəhlələrə hamilik, ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi və kadrların yenidən hazırlanması, heyətin davranışına nəzarətin təşkili və s. bu kimi məsələləri özündə birləşdirir. Bütün sadalanan tədbirlərin sə-

mərəli həllində yeganə məqsəd stabil əmək kollektivi formalaşdırmaq, iş qüvvəsinin müəssisədən axıcılığını minimuma endirməkdir. Çünki yalnız bu halda sahibkar öz məqsədinə – mümkün qədər daha çox gəlir götürməyə – nail ola bilər.



Şəkil 7.1. Müəssisədə kadrların idarə olunması

Müəssisədə kadrların idarə olunması (şəkil 7.1) aşağıdakı mərhələləri özündə birləşdirir:

- kadrlara tələbatın planlaşdırılması: kadrlara tələbatın hesablanması;
- kadrların yığılması: bütün vəzifələr üzrə potensial namizədlər ehtiyatının yaradılması;
- kadrların seçilməsi: iş yerləri üçün namizədlərin qiymətləndirilməsi və onlardan müəssisənin işçi heyətini tamamlamaq üçün ən yaxşılarının seçilməsi;
- əmək haqqının və güzəştlərin müəyyən olunması: kadrların cəlb olunması, işə götürülməsi və saxlanması məqsədilə əmək haqqının və güzəştlərin həcmnin və strukturunun hazırlanması;
- peşə istiqamətinin müəyyənlişməsi və bu istiqamətə uyğunlaşma: cəlb olunmuş kadrların müəssisədə iş yerlərinə təyin olunması, onlardan nəyin tələb olunduğu və onlarda əməyin qiymətləndirilməsi sistemi haqqında təsəvvürün yaradılması;
- tədris: işin səmərəli yerinə yetirilməsi məqsədilə tələb edilən əmək vərdişlərinin öyrədilməsi üçün proqramların hazırlanması və yerinə yetirilməsi;

– əmək fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi: əmək fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi metodikasının hazırlanması və onun kadrlara çatdırılması;

– kadrların vəzifəsinin artırılması və azaldılması, işdən azad etmə: kadrların az və ya çox məsuliyyətli vəzifələrə keçirilməsi qaydalarının hazırlanması, başqa vəzifələrə və ya iş yerlərinə köçürməklə onların peşəkarlıq təcrübəsini artırmaq, həmçinin əmək kontraktının dayandırılması prosedurasının hazırlanması;

– rəhbər kadrların hazırlanması, xidməti vəzifə üzrə hərəkətin idarə olunması: rəhbər işçilərin vərdiş və bacarıqlarının inkişafına və əməyin səmərəliliyinin artırılmasına yönəldilmiş proqramların hazırlanması.

Müəyyən ümumiləşdirməyə yol vermək şərtilə istehsal heyətinin idarə olunmasının nəticəsini səciyyələndirən göstərici kimi müəssisədən iş qüvvəsi axıcılığını qəbul etmək olar. Başqa sözlə, iş qüvvəsi axıcılığının vəziyyəti heyətin idarə edilməsinin keyfiyyətindən, əmək münasibətlərinin necəliyindən bilavasitə asılı olur.

Əməyin düzgün təşkili, istehsal prosesində maddi və əmək resurslarından səmərəli surətdə istifadə etmək üçün əmək intizamını təmin etmək və işçi axınının qarşısını almaq çox vacibdir. Əmək məhsuldarlığının səviyyəsi müəssisələrdə əmək intizamının yaxşılaşdırılmasından, işçi axınının minimuma endirilməsi, müəssisələrdə sabit işçi heyətinin yaradılmasından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır.

İş qüvvəsi axıcılığı heyət üzvünün özü ilə bərabər tərک etdiyi müəssisənin iqtisadiyyatına da mənfi planda təsir göstərir. Məsələn, əgər fəhlə, hətta öz peşə və ixtisasını dəyişmədən başqa firmaya keçirsə, yeni iş şəraitinə uyğunlaşma müddəti ərzində onun əmək məhsuldarlığı əvvəlki iş yerindən xeyli aşağı olur. Fəhlə yeni iş yerində eyni peşəyə, lakin başqa ixtisas üzrə (məsələn, çilingərlik peşəsinin çilingər-təmirçi ixtisası həmin peşənin çilingər-alətçi ixtisası ilə əvəz olunarsa) fəaliyyətə başlayırsa, öz əvvəlki əmək vərdişlərini itirir və onun əmək məhsuldarlığı ciddi şəkildə aşağı düşür. Öz-özlüyündə aydındır ki, hər iki halda fəhlə iqtisadi cəhətdən zərər çəkir, onun keçmiş olduğu müəssisənin iqtisadi cəhətdən vəziyyəti, cüzi də olsa (əgər söhbət bir fəhlədən gedirsə), pisləşir. İş bununla bitmir, çünki fəhlənin tərک etmiş olduğu müəssisənin özü də çətinliklərlə qarşılaşır: o, gedən fəhlənin yerinə başqa birini qəbul etməli, onun hazırlanmasına müəyyən vaxt

və vəsait sərf etməli olur. Lakin inzibati qaydada, sahibkarın təkidi ilə fəhlənin işdən azad edilməsi ona daha bir iqtisadi ziyan gətirir. Bu, həmin fəhləyə ödənilən müavinətdir. **Məsələn, Əmək Məcəlləsinə** görə, işçilərin sayı azaldıqda və ya ştatları ixtisar olunduqda işəgötürən əmək müqaviləsini ləğv etməzdən əvvəl işçini rəsmi xəbərdar etməlidir. Xəbərdarlıq müddəti ərzində hər iş həftəsində əmək haqqı saxlanılmaqla iş axtarmağa imkan yaradılması məqsədi ilə işçi əvvəl iş günü əmək funksiyasının icrasından azad edilir. Müəssisənin ləğv edilməsi və ya işçilərin sayının və ya ştatlarının ixtisar olunması səbəbindən əmək müqaviləsi ləğv edilərkən işçilərə orta əmək haqqından az olmamaqla işdən çıxarma müavinəti və işdən çıxarıldığı gündən yeni işə düzələn günədək ikinci və üçüncü aylar üçün orta əmək haqqı ödənilir. **Göründüyü kimi, iş qüvvəsi axıcılığı üç tərəfin hamısına – müəssisələrdən hər ikisinə və fəhlənin özünə iqtisadi ziyan gətirir.**

Beləliklə, istənilən müəssisədə kadr axınının yüksək olması onun elmi-texniki və kadr potensialına ciddi ziyan vurur. Belə ki, uzun müddət ərzində qazanılmış təcrübə və biliklərin daşıyıcısı olan kadrların itirilməsi, yeni kadrların hazırlanması üçün xərclərin sərf edilməsinə səbəb olur.

İş qüvvəsi axıcılığının qarşısının alınması müəssisənin istehsal həyəti üzrə menecerinin ciddi və hərtərəfli düşünülmüş monitor fəaliyyətini tələb edir. Əgər müəssisədən iş qüvvəsi axını «ənənəyə» çevrilərsə, onun bazardakı reytingi aşağı düşər, ona öz iş qüvvəsini təklif edənlər ciddi surətdə azalar, nəticədə müəssisənin iflası uğraması üçün real şərait, bütünlükdə əmək kollektivinin isə işsiz qalması təhlükəsi yaranar.

Müəssisədə iş qüvvəsi axıcılığının təhlili üçün ilk əvvəl "xalis axıcılığın" həddini müəyyən edirlər. Bunun üçün il ərzində işdən gedənlərin (və ya fəhlələrin) sayı işçilərin (və ya fəhlələrin) orta illik sayı ilə müqayisə edilir, onların faiz hesabı ilə xüsusi çəkisi müəyyən olunur. Kadr axıcılığı başqa bir variantda da hesablanır. Bu zaman obyektiv səbəbdən, öz təşəbbüsü ilə işi tərk edənlərin sayı, il ərzində ümumiyyətlə işdən gedənlərin sayından ayrılıqda müəyyən edilir və o, işçilərin (və ya fəhlələrin) orta illik sayı ilə müqayisə olunur. Təbii ki, sonuncu qayda ilə hesablanan kadr axıcılığı birincidən xüsusi çəkisinə görə az, lakin reallığına görə daha mötəbər olur.

İş qüvvəsi axıcılığı iki tərəfdən birinin – həm muzzdlu fəhlənin və həm də işə gətürənin iradəsi ilə baş verə bilər.

Birinci halda muzzdlu fəhlənin təkidi ilə baş verən axıcılıq könüllü hesab olunur. **Könüllü işdən getmə hallarının bəziləri həm işçinin özünə və həm də bütünlükdə cəmiyyət üçün yalnız fayda gətirir.** İctimai çağırış, kontraktın vaxtının qurtarması, ali və ya orta ixtisas təhsil almaq məqsədilə və habelə aldığı ixtisasın işlədiyi işin profilinə uyğun gəlmədiyi hallarda fəhlənin işdən getməsi iş qüvvəsi axıcılığı olsa da, neqativ hadisə kimi qiymətləndirilə bilməz.

İkinci halda iş qüvvəsi axını müəssisə rəhbərliyinin təşəbbüsü ilə həyata keçirilir. Əgər işçi tərəfindən nizam-intizam qaydaları pozularsa (işdən yayınma – proqul, işə gecikmə, intizamsızlıq), bazar konyunkturasında dəyişiklik və istehsal proqramının azalması ilə əlaqədar işçilərin ixtisasını dəyişmək zəruriliyi yaranarsa, fəhlənin peşəkarlıq səviyyəsi aşağı olarsa və hər hansı bir işçi üçün məhkəmənin hökmü qanuni qüvvəsinə minərsə, müəssisə rəhbərliyi onu işdən azad edir.

Kadr axıcılığı miqyasının azaldılması işçi qüvvəsindən istifadənin yaxşılaşdırılmasının əsas ehtiyatlarındanır. Bu məqsədlə müəssisədə kadr axıcılığının səbəbləri öyrənilir. Kadr axıcılığının motivləri aşağıdakılar ola bilər:

– istehsal-iqtisadi şəraitlə (əmək şəraiti və təşkili, işin mövsümlü-lüyü, əmək haqqının səviyyəsi, təhsil və ixtisasın artırılması imkanlarının yoxluğu) təmin olunmamaq;

– mənzil-məişət şəraiti ilə (mənzillə, mədəni-məişət və tibbi xidmət, nəqliyyat və s.) təmin olunmamaq;

– şəxsi xarakterli motivlər;

– digər motivlər.

İşçi axıcılığının artması peşə hazırlığı sahəsində xərclərin çoxalmasına gətirib çıxarır.

Firmalarda heyətin idarə edilməsinin və habelə kadr axıcılığına qarşı mübarizənin ünsürlərindən biri də əmək kollektivində yaranmış ziddiyyətlərin, xüsusilə münaqişələrin vaxtında həll olunmasıdır. **Münaqişə müxtəlif mövqe, baxış, məqsəd, maraq, yaşmanın daşıyıcıları olan insanlar arasında yaranan ziddiyyətlərdən törəyir.** Ziddiyyətin mövcudluğu hələ münaqişə demək deyildir; o, münaqişə

üçün şəraitdir, situasiyadır; situasiyasının münaqişəyə çevrilməsi üçün səbəb, «bəhanə» və ya əsas lazımdır.

Münaqişələr heyətin ayrı-ayrı kateqoriyalarına mənsub işçilər və habelə müxtəlif kateqoriyaya aid kadrlar arasında yarana bilər. **Xüsusilə idarə edənlərlə idarə olunanlar arasında konfliktin baş vermə tezliyi çox, onun müsbət həllinin etimalı isə nisbətən az olur.**

Firmalarda heyətin idarə edilməsi üzrə menecer çevik və səriştəli olmalı, hər bir konfliktin aradan qaldırılması üçün ciddi səy göstərməli və gecikməməlidir. Əks halda, konfliktin «qütübələri»ndə dayananlardan biri öz iş yerini tərک etməli olacaqdır. Bunların böyük əksəriyyəti isə idarə edilənlər olur, nəticə etibarilə, firmada kadr axıcılığı çoxalır.

Stabil istehsal heyətinin yaranması və bunun pozulmasına qarşı görülməli tədbirlər iş qüvvəsinin axıcılığı məqamından deyil, hələ çox əvvəl başlamalıdır. Bunun üçün istehsal heyətinin elmi əsaslarla idarə edilməsinin müstəsna əhəmiyyəti vardır.

Bütünlükdə idarəçilik üçün olduğu kimi, istehsal heyətinin də idarə edilməsi məlum üç metod əsasında həyata keçirilir: a) inzibati, b) iqtisadi, v) sosial-psixoloji.

Öz-özlüyündə aydındır ki, əgər göstərilən üç metoddan hər hansı biri istehsal heyətinin idarə olunmasının öhdəsindən gələ bilsəydi, digər ikisinə ehtiyac qalmazdı. Deməli, ümumiyyətlə idarəçilikdə və xüsusilə, heyətin idarə olunmasında bu üç metodun hamısından – şəraitdən asılı olaraq – müəyyən hədlər çərçivəsində istifadə olunmalıdır.

Müəssisə iqtisadiyyatının və habelə istehsal heyətinin idarə edilməsinin mühüm məsələlərindən biri də kadrlara tələbatın düzgün müəyyən olunmasıdır. Bu iş əməyin normalaşdırılmasına və həmin məsələnin həllində konkret olaraq vaxt norması, istehsal norması, xidmət norması, say norması, idarəetmə həddi kimi normaların tətbiqinə əsaslanmalıdır.

Müəssisədə işçilərin plan sayını aşağıdakı kimi hesablayırlar:

$$\dot{I}_{pl} = \dot{I}_i - \Sigma \dot{I}_q$$

Burada, \dot{I}_{pl} – işçilərin plan sayı;

\dot{I}_i – plan iş həcminin yerinə yetirilməsi üçün zəruri olan işçilərin sayı;

\dot{I}_q – əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi hesabına iş qüvvəsinə qənaətdir.

Digər bir metod plan tapşırıqlarının yerinə yetirilməsi üçün işçilərin sayının hesablanmasıdır. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$\dot{I}_i = \dot{I}_b \times \Theta_{ip}$$

Burada, \dot{I}_b – bazis ilində işçilərin sayıdır;

Θ_{ip} – plan ili üçün istehsal proqramının artması əmsəlidir.

Sonuncu metod nöqsanlıdır. Çünki plan ili üçün hesablama bazis ilinin işçilərinin sayının müəyyən edilməsində yol verilən səhvlər və onlardan (işçilərdən) necə istifadə olunması, daha doğrusu, həmin sayın keçən il üçün nə qədər real olub-olmaması plan ili üçün (keçmişdə yol verilən səhvlər) bir növ qanuniləşdirilir.

Normalaşdırılması mümkün olan və olmayan işlər üçün iş qüvvəsinə tələbatın hesablanması qaydaları biri-birindən fərqlənir.

Normalaşdırılan işlərdə məşğul olacaq istehsal işçilərinə tələbatın hesablanması – müəyyən peşə və ixtisaslar üzrə – iş vaxtının sərfi əsasında aparılır. **Normalaşdırılan vaxt məsrəfi istehsal proqramında istehsal nəzərdə tutulan hər məmulat növü üzrə ayrı-ayrılıqda hesablanır, onlar sonradan cəmlənir.** Bununla yanaşı vaxt norması müəyyən edilərkən, plan ilində əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi, fəhlələrin sayına tələbatı azaldan bir amil kimi nəzərə alınır.

Normalaşdırılan işlərin icrası üçün fəhlə kadrlara tələbat (F_s) aşağıdakı düsturun köməyiylə hesablanır:

$$F_s = \frac{\sum N \times I_p}{B_f}$$

Burada, N – bir məmulatın istehsalına vaxt norması;

I_p – istehsal proqramı üzrə məmulatların sayı;

B_f – 1 fəhlənin faydalı iş vaxtı fondudur.

Normalaşdırılmayan işlərin yerinə yetirilməsi üçün fəhlə kadrlara tələbatı, planlaşdırılan istehsalın həcmi üçün zəruri olan iş yerlərinin sayını, növbəlilik əmsalı və iş yerlərinə xidmət normaları əsasında hesablayırlar. Bu metod "iş yerləri ştatına görə hesablama qaydası" adlanır. Hesablama peşə və ixtisas dərəcələri üzrə aparılır.

Mühəndis-texniki işçilərə və qulluqçulara tələbat ştat cədvəli üzrə hesablanır. Ştat cədvəli isə müəssisələrin quruluşu və ölçüsü, xüsusi bölmə və şöbələrin sayı, onların istehsalda düzgün yerləşdirilməsi əsasında müəyyən edilir.

Kiçik xidmətedici heyətin sayı bir nəfər işçinin xidmət normasına görə hesablanır. Məsələn, 1 nəfər xadimənin 1 növbədə xidmət edəcəyi meydança müəyyən edildikdən sonra, bütövlükdə xadimələrin sayına tələbat, meydançanın ümumi sahəsi nəzərə alınmaqla hesablanır.

Müəssisədə işçilərin həqiqi və siyahı sayı fərqləndirilir. Həqiqi say dedikdə, gün ərzində faktiki olaraq işləyənlər başa düşülür. İşçilərin siyahı sayına isə bütün daimi və müvəqqəti işçilər daxildir və müəssisədə onların sayının dəyişməsinə (işə götürülmə, işdən çıxarılma və s.) əks etdirir.

İstehsal heyətinin hər kateqoriyası üzrə tələbatın müəyyən edilməsi işçilərin müəssisəyə işə qəbulu üçün ilkin şərt və ya meyar rolunu oynayır. Heyətin qəbulu, toplanması isə onun idarə edilməsinin mühüm mərhələsi hesab olunur.

İstehsal heyətinin hər bir kateqoriyası üzrə kadrların seçilməsi və işə qəbul edilməsi öz-özlüyündə çox mürəkkəb, müəssisə üçün isə məsuliyyətli məsələdir. Çünki istehsalın bütün problemlərini – iqtisadi, sosial, texnoloji, idarəetmə və s. yalnız kadrlar həll edirlər. Bu məsələdə yol verilmiş səhv sahibkarı, müəssisəni və onun istehsal heyətini sonradan pis vəziyyətdə qoya bilər.

İstehsal heyətinin idarə edilməsinin mühüm məsələlərindən biri də onun peşə hazırlığının təşkilidir.

Müəssisənin normal işini təmin etmək üçün mövcud fəhlə kadrların ixtisaslarını mütəmadi olaraq artırmaqla yanaşı, müəssisəyə yeni ixtisaslı kadrlar hazırlamaq lazım gəlir.

Fəhlə kadrların ixtisaslarının yüksəldilməsi və yeni fəhlə kadrlar hazırlanması iki yolla – texniki-peşə məktəblərində (litseylərində) və bir də müəssisələrin özlərində həyata keçirilir.

Heyətin peşə hazırlığının səmərəliliyinə nail olmaq üçün bir sıra ilkin işlər aparılır. Təbiidir ki, peşə hazırlığının təşkili konkret ixtisaslar üzrə müəssisənin kadrlara olan tələbatının hesablanmasından başlanmalıdır. Çünki təhsilin miqyasını müəyyən edən meyar hər kateqoriyadan kadrlara tələbatın həcmi ola bilər.

Peşə təhsilini mütəşəkkil başlamaq və başa vurmaq üçün tədris planı, bunun əsasında isə tədris proqramları tərtib olunur. Sonrakı mərhələdə isə həmin proqramlar bilavasitə tədris prosesi vasitəsilə realizə olunur. Bütün bunlardan sonra təhsilə qiymət verilir.

Heyətin peşə hazırlığının lazımı səviyyədə aparılması 3 amildən asılıdır:

a) tədris prosesinin maddi-texniki bazası, b) təhsilin tədris-metodiki təminatı, c) təhsil verənlərin peşəkarlığı. Əgər göstərilən amillərdən, hətta, yalnız biri tələblərə cavab verə bilməzsə, təhsilin müsbət qiymət alması ehtimalı yox dərəcəsinə olur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində peşə təhsilinin aktuallaşacaq məsələlərindən biri də kadr hazırlığına çəkiləcək xərclə onun gətirəcəyi səmərənin fərqi olacaqdır. Peşə təhsili sahibkar üçün gözlədiyi səmərəni vermədiyi hallarda o, təhsilin daha mükəmməl olan formasına meyl edəcəkdir.

Nəhayət, istehsal heyətinin idarə edilməsi məsələlərindən biri də müxtəlif kateqoriyalara aid işçilərin ixtisas səviyyələrinin yüksəldilməsi, onların yenidən hazırlanmasıdır.

İstehsal heyətinin ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi vaxtaşırılığı elmi-texniki tərəqqinin həmin sferanın iş yerləri üçün inkişaf tempindən bilavasitə asılı olur. Çünki elmi-texniki tərəqqi, məsələn, fəhlənin istismar etdiyi avadanlığın texniki xüsusiyyətlərinə yeni keyfiyyətlər gətirdiyindən, onun əvvəlki bilik və vərdisləri müəyyən qədər ya itir, lazım olmur və ya da köhnəlir. Fəhlə yeni avadanlığın lazımı səviyyədə istismarı, başqa sözlə, onun texniki imkanlarını gerçəkləşdirmək üçün yeni biliklərə yiyələnməli, mahiyyətə yeni vərdislərə nail olmalıdır. Məhz belə bir vəziyyət fəhlənin ixtisasının artırılması və yenidən hazırlanması üçün obyektiv və icbari zəmin yaradır. Bu işi müvəffəqiyyətlə, xüsusilə, həm vaxtında və həm də qısa müddətə həll edə bilən firma və müəssisə, onların mövcudluğuna və gələcəyinə təminat verən, işin mürəkkəbliyi ilə işçinin səriştəliliyi səviyyələrinin uyğunluğuna əməl etmiş olurlar.

3. Əmək məhsuldarlığının mahiyyəti və onun ölçülmə metodları

İqtisadiyyatın sahələrində insanın məqsədyönlü fəaliyyətinin nəticəsi, səmərəsi onun müəyyən vaxt ərzində yaratdığı maddi ne-

mətlərin kəmiyyəti ilə xarakterizə olunur. Başqa sözlə, əməyin səmərəlilik səviyyəsi onun məhsuldarlığı ilə müəyyən olunur.

Əməyin məhsuldarlığı konkret əmək növünün vaxt vahidi ərzində az və ya çox məhsul istehsal etmək qabiliyyəti ilə səciyyələnilir. Onun səviyyəsinin yüksəldilməsi vaxt vahidi ərzində istehsal edilən məhsulun kəmiyyətcə çoxaldılması və yaxud məhsul vahidinin istehsalına sərf olunmuş vaxtın miqdarının azaldılması ilə mümkündür.

Əmək məhsuldarlığının artmasının əhəmiyyəti, hər şeydən əvvəl, onda təzahür edir ki, o, istehsalı genişləndirməyin, ictimai sərvəti artırmağın başlıca şərti kimi çıxış edir. Məlumdur ki, istehsalın həcmi ya işləyənlərin sayını çoxaltmaq yolu ilə, ya da mövcud işçilərin əmək məhsuldarlığını yüksəltmək yolu ilə artırıla bilər. Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi milli gəlir kütləsinin artırılması və əhalinin maddi rifah halının yaxşılaşdırılmasının başlıca və həlledici amillərindən biri hesab edilir.

Müəssisə və ya firma iqtisadiyyatı üçün əhəmiyyəti və rolu baxımından əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi, istehsal həcminin genişləndirilməsilə yanaşı, onun məhsulunun dəyərini ucuzlaşdırır və keyfiyyət göstəricilərini yüksəldir.

Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi əmək şəraitinin yaxşılaşdırılması üzrə işləri ön plana çəkir, iş gününün qısaldılmasına əsas yaraşdır. İş şəraitinin yaxşılaşdırılmasının həm sosial və həm də iqtisadi əhəmiyyəti var, çünki bu, bir tərəfdən işçilərin təkrar istehsalına və sağlamlığının qorunmasına təminat verir, digər tərəfdən isə onların əmək məhsuldarlığını daha da yüksəltmək üçün səylərini artırmalarına ciddi surətdə təsir göstərir.

Əmək məhsuldarlığının artım tempi orta əmək haqqının artım tempinə nisbətən daha yüksək olmalıdır. Bu, geniş təkrar istehsal prosesinin zəruri şərtidir. Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi nəticəsində əmək haqqı məsrəflərinə qənaət olunması, istehsal həcmi artırılması və istehsal gücündən istifadənin yaxşılaşdırılması hesabına məhsul vahidinə düşən şərti sabit xərclərin azaldılması ilə məhsulun maya dəyərini aşağı salmağa imkan verir. Mütərəqqi texnikanın tətbiqi nəticəsində əmək məsrəflərinin azalması, adətən, maddi ehtiyatlara qənaətlə müşayiət olunur ki, bu da bütün xərc maddələri üzrə məhsulun maya dəyərini aşağı düşməsi ilə nəticələnir.

Fəhlənin iş vaxtından səmərəli istifadə, nəticə etibarilə, istehsalın səmərəliliyini, xüsusilə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsini təmin edən güclü amil kimi çıxış edir. İstehsalın həcmi genişləndikcə iş vaxtına qənaətin əhəmiyyəti daha da artır, çünki eyni vaxt vahidi ərzində daha çox məhsul istehsal etmək mümkün olur.

İstehsal firmasında əmək məhsuldarlığının səviyyəsini xarakterizə edən göstəricilərə aşağıdakılar daxildir:

$$\Theta_t = \frac{T}{N}; \quad \Theta_m = \frac{N}{T}$$

Burada, Θ_t – məhsulun əmək tutumu;

Θ_m – əmək məhsuldarlığı;

N – istehsal edilmiş məhsulun həcmi;

T – məhsul istehsalı üçün iş vaxtı məsrəfidir.

Əmək tutumu – məhsul vahidinin hazırlanması üçün zəruri olan iş vaxtının miqdarıdır.

Əmək məhsuldarlığının öyrənilməsində əməyin nəticəsini xarakterizə edən natural, şərti-natural, əmək və dəyər göstəricilərindən istifadə edilir.

Natural ifadədə məhsul buraxılışı həcmi (məsələn, litr, metr, ton və s.) istehsal fəaliyyətinin nəticəsini daha dəqiq səciyyələndirir, lakin bu göstərici ilə əmək məhsuldarlığı müəyyən edildikdə bəzi qeyri-dəqiqliyə yol verilir. Natural göstəricilər həmcins məhsul buraxan (məsələn, kömür hasilatı, poladəritmə, kərpic istehsalı və s.) müəssisələrdə tətbiq oluna bilər. Lakin bir çox hallarda müəssisələr, xüsusilə firmalar müxtəlif növ məhsullar istehsal edirlər. Buna görə də istehsal fəaliyyətinin ümumi həcmi və əmək məhsuldarlığını müəyyən etmək üçün natural göstəricilərin tətbiq olunma dairəsi nisbətən məhdudlaşır.

İstehsal edilən məhsulun həcmi həmçinin şərti-natural göstəricilər ilə də ölçülür. Şərti-natural göstərici kimi, adətən eyni iqtisadi təyinat alan məhsul növlərindən biri, bir qayda olaraq, digərlərini təmsil edən məhsul kimi seçilir. Bu metoddə müəyyən məhsul növü – fiziki ölçüsündən asılı olmayaraq – vahid kimi qəbul edilir və başqa məmulatlar onların istehlak xassələrinə və ya əmək tutumuna görə həmin şərti ölçü vahidinə adekvat kimi qəbul edilir (şərti yanacaq, şərti banka və s.).

İstehsal fəaliyyətinin nəticəsinin natural, şərti-natural və əmək tutumuna görə ölçülməsi – mötəbər məlumatla malik olmaq nöqteyi-nəzərindən çox faydalıdır. Bununla belə, qeyd edilən göstəricilərdən istifadə imkanları məhduddur. Bu göstəricilər sahə üzrə istehsal fəaliyyətinin nəticələrini ümumiləşdirmək işini çətinləşdirir və həm də müxtəlif müəssisələrin istehsal nəticələrini müqayisə etməyə imkan vermir.

Qeyd edilən qüsurları dəyər göstəricisindən istifadə etməklə aradan qaldırmaq mümkündür. Əməyin nəticəsinin dəyər ölçüsündə öyrənilməsində ümumi, əmtəlik, emalın normativ dəyəri, şərti – xalis məhsulun həcmi və habelə əlavə edilmiş dəyər göstəricilərindən istifadə edilir. Dəyər göstəricisindən istifadə müəssisələrin fəaliyyət göstəricilərini sahə üzrə ümumiləşdirməyə imkan verir. Məhsul buraxılışının dəyər ifadəsində müəyyən olunmasının əsas üstünlüyü həm onun asanlıqında, həm müxtəlif növ məhsul buraxan müəssisələrin və həm də ümumən müəssisələr qrupu üzrə istehsal həcmünün dinamikasını müəyyən etmək imkanı verməsidir. Bu zaman planlaşdırma və təhlil imkanı genişlənir, müxtəlif dövrlərdə hər bir tədqiq olunan qrup müəssisələr üzrə göstəricilərin müqayisəsinə imkan yaranır.

Artıq qeyd olunduğu kimi, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi vaxt vahidi ərzində istehsal olunan məhsulun həcmünün artırılması və yaxud məhsul vahidi istehsalına sərf olunan vaxtın, başqa sözlə, məhsulun əməktutumunun azaldılması yolu ilə mümkün olur.

Müəssisələrdə əmək məhsuldarlığının planlaşdırılması və uçotu mütəmadi olaraq həyata keçirilir. Əmək məhsuldarlığının səviyyəsi istehsal olunmuş məhsulun miqdarını onun istehsalına sərf edilən vaxta bölmək yolu ilə hesablanır.

Məhsul istehsalına sərf edilən vaxt istehsal işçilərinin orta siyahı sayı ilə hesaba alınır. Onun tərkibinə əsas və köməkçi fəhlələr, mühəndis-texnik işçilər, qulluqçular, kiçik xidmətedici heyət, şagirdlər, mühafizə işçiləri daxil edilir. Buna görə də, bu metodla hesablanmış əmək məhsuldarlığını "ümumi əmək məhsuldarlığı", "istehsal heyətinin əmək məhsuldarlığı" adlandırmaq olar. Belə bir "ümumilik" həmin göstəriciyə konkretlik deyil, mücərrədlik mahiyyəti verir. Bundan əlavə, əmək məhsuldarlığının səviyyəsi fəhlənin məhsul istehsalına sərf etdiyi adam-günlərin və habelə adam-saatların miqdarına görə də he-

sablanır; bu, fəhlənin əmək məhsuldarlığı göstəricisi hesab edilir. Bunu istehsalın "baş agentinin" əmək məhsuldarlığı da adlandırırlar.

Əmək məhsuldarlığının göstəriciləri və ölçülmə metodları ayrı-ayrı istehsal sahələrinin xüsusiyyətini nəzərə almalıdır.

Məlumdur ki, məhsulun dəyər uçotu həm maddiləşmiş, həm də canlı əmək məsrəflərinin məcmusunu səciyyələndirir. Lakin bu ümumi məsrəflər əmək məhsuldarlığının səviyyəsini müəyyən edən zaman yalnız istifadə olunmuş canlı əmək məsrəfləri ilə müqayisə olunur. Müxtəlif müəssisələrdə əmək məsrəflərinin xüsusi çəkisi müxtəlifdir. **Buna görə də əmtəlik (ümumi) məhsul üzrə dəyər ifadəsi ilə hesablanmış əmək məhsuldarlığı göstəriciləri sənayenin müxtəlif sahələrinin müəssisələrində müqayisəyə gəlmir.** Bu onunla əlaqədardır ki, əmtəlik (ümumi) məhsul göstəricisi müəssisələrin strukturunun dəyişilməsindən və ya müxtəlifliyindən, istehlak olunan xammalın dəyərindən, buraxılan məhsulun çeşidindən, ümumi istehsal həcmində kooperativləşmə yolu ilə alınmış dəstləşdirici məmulların xüsusi çəkisindən asılı olaraq dəyişkən olur.

Əmək məhsuldarlığını hesablamaq üçün məhsulun həcmi kimi xalis məhsul göstəricisindən də istifadə edilə bilər. **Xalis məhsul (maddi məsrəflərdən təmizlənmiş ümumi məhsul) və eləcə də əlavə edilmiş dəyər göstəricisinin tətbiqi əmək məhsuldarlığının səviyyəsini təhrif etmir, çünki bu halda təkrar uçot, eyni bir məmulların hazırlanması zamanı işlədilən materialların dəyərinin, kooperativləşmə yolu ilə alınmış məhsulların müxtəlif xüsusi çəkilərinin təsiri aradan qalxmış olur.** Bununla yanaşı, bu göstərici də müxtəlif sahələrə məxsus müəssisələrdə əmək məhsuldarlığının səviyyələrini müqayisə oluna bilən ölçüyə gətirə bilmir. Qeyd edilən göstəricilərdən istifadə təhlilin konkret məqsədindən asılı olur.

Müəssisədə əmək məhsuldarlığı hesablanarkən iş vaxtı vahidi olaraq saat, gün, ay, il götürülə bilər və buna uyğun olaraq əmək məhsuldarlığının səviyyəsi orta hesabla bir adam-saat, adam-gün və adam-il ərzində istehsal olunmuş məhsulun miqdarı ilə ifadə edilir. Əmək məhsuldarlığının bütün bu göstəriciləri müəssisələrdə bir nəfər orta siyahı işçi sayı üçün hesablanır. İstehsal heyətinin bir işçisinə görə yalnız orta aylıq, orta rüblük və orta illik əmək məhsuldarlığı müəyyən edilir. Həmin göstəricilər aşağıdakı düsturlarla hesablanır:

$$\Theta M_a = \frac{N}{\dot{I}S}; \quad \Theta M_g = \frac{N}{T_g}; \quad \Theta M_s = \frac{N}{T_s}$$

Burada, ΘM_a , ΘM_g , ΘM_s – aylıq (rüblük, illik) əmək məhsuldarlığı;

N – məhsulun həcmi;

$\dot{I}S$ – işçilərin orta siyahı sayı;

T_g – fəhlələrin sərf etdikləri adam-günlərin miqdarı;

T_s – fəhlələrin sərf etdikləri adam-saatların miqdarı.

Bir adam-saat üçün hesablanmış əmək məhsuldarlığı faktiki iş vaxtı ərzində əmək məhsuldarlığının səviyyəsini xarakterizə edir. İş vaxtı vahidi iriləşdirilərkən hesablamağa faktiki iş vaxtı ilə yanaşı, boşdayanmalar da daxil edilir.

4. Əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatları və amilləri

Müəssisədə və ya istehsal firmasında əmək məhsuldarlığının düzgün planlaşdırılmasında və əməyə qənaətin ehtiyat mənbələrinin tam aşkar edilib reallaşdırılmasında əmək məhsuldarlığına təsir edən amillərin elmi əsaslarla təsnifləşdirilməsinin böyük əhəmiyyəti vardır.

Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi bütün istehsal ehtiyatlarının səfərbərliyə alındığı təqdirdə müvəffəqiyyətlə həll edilə bilər. Bunun üçün elmi-texniki tərəqqinin tətbiqi ilə yanaşı, maddi, əmək və maliyyə ehtiyatlarından daha qənaətlə və səmərəli istifadə etmək, artıq xərclərə yol verməmək və itkiləri ləğv etmək lazımdır.

İstehsaldaxili ehtiyatlardan səmərəli və bacarıqla istifadə uğrunda mübarizə "mövsümi" xarakter daşımamalı, mütəmadi olaraq əmək kollektivinin, xüsusilə mühəndis-texniki işçilərin diqqət mərkəzində olmalıdır.

Müəssisədə və ya istehsal firmasında əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatları dedikdə, orta istehsal normasını artırmaq və ya məhsulun əmək tutumunu azaltmaq üçün mövcud və gerçəkləşməsi mümkün olan imkanlar nəzərdə tutulur.

Firma və müəssisədə əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatları elmi-texniki tərəqqi, müəssisənin düzgün yerləşdirilməsi, müəssisədə yeni texnika və texnologiyanın tətbiqi, mövcud avadanlıqların modernləşdirilməsi, istehsalın ictimai təşkili formalarının düzgün seçilməsi, rəqabətqabiliyyətli müvafiq sahələrin inkişaf etməsi və s. ilə əlaqədardır.

Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi üçün istehsaldaxili ehtiyatlarının aşkar edilməsi resurslardan səmərəli istifadə olunmasından birbaşa asılı olur. Bu ehtiyatlara: məhsulun əmək tutumunun aşağı salınması, iş vaxtından istifadənin yaxşılaşdırılması, istehsal heyətinin strukturunun təkmilləşdirilməsi, xammal və materiallara qənaət, istehsal əsas fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması və fondtutumunun aşağı salınması aiddirlər. Müəssisədə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi ehtiyatlarını: intensiv ehtiyatlar – əmək tutumunun aşağı salınması və ekstensiv ehtiyatlar – iş vaxtının artırılması üzrə ehtiyatlara bölmək olar.

Əmək məhsuldarlığının ehtiyatları onun konkret amillərinin təsiri ilə əlaqədardır. Bu amillərə aşağıdakılar daxildir.

1. Əmək məhsuldarlığını yüksəltməyin maddi-texniki amillərinə: elmi-texniki tərəqqinin əsasında istehsalın mexanikləşdirilməsi, avtomatlaşdırılması, robotlaşdırılması, yeni texnikanın tətbiqi və mövcud avadanlıqların modernləşdirilməsi, hissənin, konstruksiyanın və digər parametrlərin dəyişdirilməsi, yeni texnoloji proseslərin işlənməsi və tətbiqi, məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi aiddir.

2. Təşkilati amillərə isə istehsalın təmərküzləşmə və ixtisaslaşma səviyyəsi, onun fasiləsizlik, ahəngdarlıq və proporsionallıq dərəcəsi, istehsalın idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi, iş yerlərinin səmərəli təşkili, istehsal sahəsində məşğul olan ayrı-ayrı kateqoriya işçilərin say nisbəti, sağlam, təhlükəsiz və estetik cəhətdən əlverişli əmək şəraitinin yaradılması daxildir.

3. İqtisadi amillərə kollektivin və ayrı-ayrılıqda hər bir işçinin əmək məhsuldarlığını yüksəltmək üçün ən əlverişli maliyyə və digər iqtisadi stimulların yaradılması aiddir.

4. Sosial amillərə gəlincə, bunlara kadrların mədəni-texniki və mənəvi səviyyəsi, ixtisası, əmək məhsuldarlığının artımının mənəvi cəhətdən stimullaşdırılması dərəcəsi və formaları aid edilir.

Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin ehtiyatları tükənməzdir, bu və ya digər formada və kəmiyyətdə təkrar olunur. Bu, elmi-texniki tərəqqinin fasiləsizliyi ilə bağlıdır. Elə buna görə də elmi-texniki tərəqqi istehsalın inkişafı və əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin həlledici amili hesab olunur. **Yeni maşın və mexanizmlərin tətbiqi, mütərəqqi material növlərinin istifadəyə verilməsi, istehsalın kompleks mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması, yeni texnoloji**

istehsal üsullarının tətbiq olunması – bütün bunlar istehsalın inkişafı üçün əsasdır. Sadalanan tədbirlərin səmərəliliyi isə kadrların ixtisasını artırmadan mümkün deyildir. Çünki yeni texnikadan istifadə və yeni texnoloji proseslərin idarə olunması yalnız yüksək ixtisaslı kadrlar tərəfindən həyata keçirilə bilər.

Lakin texnikanın inkişafı da, insanın əməyi də o zaman səmərəli ola bilər ki, onlar istehsalın düzgün təşkili şəraitində fəaliyyət göstərmiş olsunlar. Elmi-texniki tərəqqi istehsalın təşkilini yaxşılaşdırmağın mühüm şərti olsa da, o, istehsalın təşkilinin yeni metodlarını tətbiq etmədən fayda gətirə bilməz. İstehsalın texniki səviyyəsi dəyişməz qaldıqda və ya müəyyən qədər inkişaf etdirildikdə – istehsalın təşkilini təkmilləşdirmək hesabına – nisbətən az məsrəflərlə böyük iqtisadi səmərə əldə etmək olur. Texnikanın müasir inkişaf səviyyəsində əməyin elmi təşkilinin rolu xüsusilə artır.

Müəssisənin optimal ölçüsü, ixtisaslaşmanın, kooperativləşmənin və kombinəlaşmanın optimal səviyyəsi, müəssisənin səmərəli yerləşdirilməsi – bütün bunlar əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi üçün böyük ehtiyatlardır. Artıq qeyd olunduğu kimi, istehsalın inkişafına iqtisadi təsir metodlarının gücləndirilməsi, idarəetmənin təşkilinin və planlaşdırmanın təkmilləşdirilməsi, istehsalın inkişaf etdirilməsində işçilərin maddi marağının gücləndirilməsi əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

Sənayenin bir sıra sahələrində, xüsusilə hasiledici sənayedə əmək məhsuldarlığına təbii-coğrafi mühit də təsir göstərir. Hasilat sahələrində əmək məhsuldarlığı maşın və avadanlıqların özü, tətbiq edilən texnologiyanın xarakteri, əməyin təşkili xeyli dərəcədə təbii-geoloji şəraitdən asılı olur.

Əmək məhsuldarlığına təsir edən amilləri araşdıraraq onun yüksəldilməsi ehtiyatlarını aşkara çıxarmaq üçün iş vaxtından istifadə səviyyəsinin təhlilinin böyük əhəmiyyəti vardır. Əmək məhsuldarlığının artırılmasının müəssisədaxili mühüm ehtiyat mənbələrindən biri iş vaxtı itkilərinin azaldılmasıdır. İş vaxtı itkiləri iki növə – bütün günü və növbədaxili iş vaxtı itkilərinə ayrılır. Bütün günü iş vaxtı itkilərinə aşağıdakılar aiddir:

- xəstəlik üzündən;
- müdiriyyətin icazəsinə görə;

- bütün günü boşdayanma;
- üzürsüz səbəbdən işdən yayınma.

Növbədaxili iş vaxtı itkiləri isə istehsalın təşkilati-texniki şəraitindən və işçinin özündən asılı olan itkilərə ayrılır. Növbədaxili iş vaxtı itkilərinin təşkilati-texniki səbəbləri əsasən aşağıdakılardan ibarət olur: texnoloqun, ustanın, iş naryadının, tapşırığın, iş alətlərinin, qaldırıcı-nəqliyyat vasitələrinin gözlənilməsinə gedən vaxt; materialların, alətlərin, yanacaq, enerjinin olmaması; cari təmir və yaxud avadanlığın saz halda olmaması; işin özünün müvəqqəti olmaması.

Növbədaxili iş vaxtı itkilərinin işçidən asılı olan səbəbləri: növbənin başlanğıcında və nahar fasiləsindən sonra işə gec başlamaq; nahar fasiləsindən qabaq və növbənin axırında işi tez qurtarmaq, iş yerində kənar danışıqlara aludəçilik və s.

5. Firmada əməyin normalaşdırılması

Firmada əməyin təşkilinin əsas elementlərindən biri onun (əməyin) normalaşdırılmasıdır. Çünki dəqiq normalar işin icra edilməsinin ən əlverişli, məhsuldar, mütərəqqi və məqsədəuyğun formasının müəyyənləşdirilməsini özündə əks etdirir. Əməyin normalaşdırılmasında məqsəd zəruri əmək məsrəflərinin və onun nəticələrinin müəyyən edilməsi, müxtəlif qrupa daxil olan işçilərin sayı və avadanlıqların miqdarı arasında nisbətənin müəyyən olunmasıdır. Bu normalar əməyin, istehsalın və idarəetmənin ən səmərəli təşkili səviyyəsinə uyğun olmalıdır.

Konkret texniki-təşkilati şərait daxilində iş yerində müəyyən həcmdə işin yerinə yetirilməsinə sərf olunan iş vaxtı sərfinin ölçülməsi əməyin normalaşdırılmasının ən mühüm vəzifəsi hesab edilir. Hər bir iş yerində, sexdə və müəssisədə vaxt sərfi üzrə daxili ehtiyatlar əmək məhsuldarlığını yüksəltməyin əlavə ehtiyatı olmaqla normalaşdırma vasitəsilə aşkar edilir. Bu ehtiyatların aşkar edilməsi və reallaşdırılması əməyin normalaşdırılmasının bilavasitə məqsədini təşkil edir.

Müəssisədə əməyin normalaşdırılması aşağıdakıları təmin edir:

- istehsal olunan detal, qovşaq və məmulatın plan əmək tutumunu müəyyən etməyi;
- peşə və ixtisas üzrə işçilərin zəruri sayını hesablamağı;
- əməyin nəticələrini qiymətləndirməyi, əmək haqqı və maddi stimullaşdırma fondunun həcmi müəyyən etməyi;

- yeni texnika və texnologiyanın tətbiqi səmərəliliyini qiymətləndirməyi;
- əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi tapşırığını əsaslandırmağı;
- sexin, istehsal sahəsinin, ayrı-ayrı iş yerlərinin istehsal proqramlarını hesablamayı;
- zəruri avadanlıqların miqdarını müəyyən etməyi;
- iş yerlərinin attestasiyasını apararkən onların təşkilati səviyyələrini qiymətləndirməyi və iş yerlərinin təşkilinin optimal variantlarının hazırlanmasını.

Əmək normaları istehsalın, əməyin ödənilməsinin, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin stimullaşdırılmasının təşkili və planlaşdırılmasında həlledici rol oynayır.

Firma və müəssisədə vaxt, əməliyyatın əməktutumu, istehsal, xidmət, işçilərin say, idarə olunabilmə normaları və habelə tapşırıqların normaları hesablanır və tətbiq olunur.

Əmək normaları içərisində vaxt norması əsas yer tutur.

Vaxt norması məhsul vahidinin hazırlanması və ya müəyyən həcmdə işin yerinə yetirilməsi üçün zəruri olan iş vaxtının müddətidir. Vaxt norması aşağıdakı kimi müəyyən olunur:

$$N_{\text{vaxt}} = t_{\text{ə}} + t_{\text{k}} + t_{\text{x}} + t_{\text{i}} + t_{\text{tt}} + t_{\text{ht}}$$

Burada, $t_{\text{ə}}$ – əsas vaxt;

t_{k} – köməkçi vaxt;

t_{x} – iş yerinə xidmət vaxtı;

t_{i} – işçilərin istirahət vaxtı;

t_{tt} – təşkilati-texniki səbəblərdən yaranan fasilələr;

t_{ht} – hazırlıq-tamamlama vaxtı.

İş yerinə xidmət vaxtı norması – fəhlənin avadanlıqların və iş yerinin işi vəziyyətdə saxlanması ilə əlaqədar sərf etdiyi vaxtdır. Bu da öz növbəsində iki yerə bölünür:

– texniki xidmətə sərf olunan vaxt;

– təşkilati xidmətə sərf olunan vaxt.

İstehsal norması (N_{ist}) müəyyən vaxt ərzində bir işçinin istehsal etməli olduğu məhsulun miqdarı ilə müəyyən olunur:

$$N_{\text{ist}} = \frac{T_{\text{h}}}{N_{\text{v}}}$$

Burada, T_h – faydalı iş vaxtı fondu, saat;

N_v – məhsul vahidinin istehsalına vaxt norması, saat.

Xidmət norması (N_x) – işçinin vaxt vahidi ərzində xidmət etməli olduğu istehsal obyektlərinin (iş yerləri, avadanlıq vahidləri) miqdarıdır:

$$N_x = \frac{T_h}{t_x}$$

Burada, t_x – avadanlıq vahidinə xidmət üçün müəyyən olunmuş vaxt normasıdır, saat.

Say norması müəyyən işin yerinə yetirilməsi üçün zəruri olan peşə-ixtisas işçilərin sayını müəyyən edir.

Tapşırıqların normalaşdırılması müəyyən müddət ərzində briqada tərəfindən yerinə yetirilməli olan zəruri çeşid və həcmdə işləri müəyyən edir.

İdarəolunma norması bir rəhbərə bilavasitə tabe olan işçilərin sayını müəyyən edir.

İstehsal firmasında əmək normaları ayrı-ayrı əməliyyatlar (əməliyyat norması) və ya qarşılıqlı əlaqəli əməliyyatlar qrupu (iriləşdirilmiş, kompleks normalar) üzrə müəyyən olunur.

Beləliklə, firmada istehsalın səmərəli təşkili üçün əmək prosesinin müxtəlif tərəflərini əks etdirən əmək normalarından istifadə olunur.

Firma və müəssisədə əmək normalarının müəyyən **edilməsində analitik-hesablama metodundan** istifadə olunur. Bu metod əmək normalarının əmək normativləri və müəyyən qaydalardan istifadə etməklə hesablanmasını nəzərdə tutur. Əmək normalarının bu metodla müəyyən edilməsi hər dəfə xronometraja və iş günün fotoqrafiyası kimi əmək tutumlu bir işə müraciət etməməyə imkan verir. Əmək məsrəfi normaları əməliyyatın istehsalda tətbiq olunmasından əvvəl müəyyən edilir və bu hal normaların hesablanmasına çəkilən xərcləri xeyli ixtisar etməyə imkan yaradır. Əmək normativləri avadanlığın materialı emal rejimi və məhsuldarlığı normativlərindən, işin müxtəlif elementlərinin yerinə yetirilməsinə vaxt məsrəfi normativlərindən və habelə bir fəhlənin və ya birqadanının bir avadanlığa xidmətə sərf etdiyi əmək məsrəfi normativlərindən ibarət olur.

Əmək normalarının müəyyən edilməsinin **analitik-tədqiqat metodu** müşahidə yolu ilə iş vaxt sərfinin öyrənilməsinə əsaslanır və

özündə: a) bilavasitə iş vaxtı sərfinin həcmnin ölçülməsini (xronometraj və iş gününün fotoqrafiyası) və b) ani müşahidə yolu ilə iş gününün fotoqrafiyasını birləşdirir.

Xronometraj – fəhlənin hər hansı əməliyyatın icrasına iş vaxtı sərfinin öyrənilməsi metodudur. Əmək norması bu metodla müəyyən edildikdə əməliyyatın daima təkrarlanan əl əməyi və maşın-əl əməyi ilə yerinə yetirilən elementlərinə iş vaxtı sərfinin ölçülməsi yolu ilə həyata keçirilir və bunun əsasında əmək normaları müəyyən edilir. Bu metoddan, əsasən, iri seriyalı və kütləvi istehsalda tətbiq ediləcək normaların işlənilib hazırlanmasında və analitik-hesablama yolu ilə müəyyən olunmuş normaların yoxlanmasında istifadə edilir.

İş gününün fotoqrafiyası – bütünlükdə iş növbəsi və ya onun bir hissəsi ərzində iş vaxtı məsərəflərinin (əsas, köməkçi və s.) öyrənilməsi məqsədilə həyata keçirilən müşahidə növüdür. İş gününün fotoqrafiyasından məqsəd iş vaxtı itkilərinin və onu doğuran səbəblərin aşkar edilməsi, iş vaxtı itkilərinin aradan qaldırılması və ya onun qarşısının alınması üçün tədbirlərin işlənilib hazırlanması, işçilərin zəruri sayı və vaxt normativlərinin müəyyən edilməsi üçün lazım olan məlumatların əldə edilməsidir.

Ani (bir dəfəlik) müşahidə metodu sərf ediləcək iş vaxtının kəmiyyətini bilavasitə iş vaxtı sərfini ölçmədən müəyyən etməyə imkan verir. Bu metod çoxlu sayda obyektlər müşahidə edildikdə tətbiq edilir. Metod ehtimal nəzəriyyəsinin müddəalarından istifadə edilməsinə əsaslanır və onun məzmunu isə birbaşa ölçmələr zamanı vaxtın mütəmadi qeyd olunmasının (adi fotoqrafiya) müşahidə edilən anların (məqamların)uçota alınması ilə əvəz edilməsindən ibarətdir.

Əldə olunmuş nəticələr (məlumatlar) elementlər üzrə iş vaxtı məsərəflərinin xüsusi çəkisini və mütləq kəmiyyətini müəyyən etməyə imkan verir.

Əksər normativlərin hesablanması üçün xronometrajdan və iş gününün fotoqrafiyasından istifadə edilir. **Deməli, analitik-tədqiqat metodu əməyin normalaşdırılması üçün baza rolunu oynayır və analitik-hesablama metoduna nisbətən daha mötəbərdir.**

Beləliklə, firmada əmək məhsuldarlığının düzgün ölçülməsi və istehsalın səmərəli təşkili üçün əmək prosesinin müxtəlif tərəflərini

əks etdirən əmək normalarından istifadə edilir və bu işlərin keyfiyyəti həmin normaların dəqiqliyindən bilavasitə asılı olur.

6. Əmək haqqının mahiyyəti və əhəmiyyəti

Əmək haqqı işçiyə özünün maddi və mənəvi ehtiyaclarını ödəmək üçün əməyinin kəmiyyəti, daha doğrusu, onun iş qüvvəsinin dəyəri və keyfiyyəti müqabilində ictimai məhsuldan ayrılan və pul ifadəsində verilən hissədir.

Firmada əmək haqqının təşkili prinsipinin əsasında iş qüvvəsinin dəyəri və əməyin keyfiyyəti dayandığından, o hər bir işçinin şəxsi marağı ilə ictimai istehsalın inkişaf etdirilməsindəki dövlət və habelə sahibkarın maraqlarını uzlaşdırmağa imkan yaradır.

Bazar münasibətləri şəraitində fəaliyyət göstərən müəssisələrdə əmək haqqının düzgün müəyyən olunması, həm muzzdlu fəhlənin əməyinin ədalətli qiymətləndirilməsi və həm də sahibkarın iqtisadi maraqlarının təmin olunması baxımından çox vacibdir.

Fəhlənin əmək haqqının onun əməyinin keyfiyyəti (mürəkkəbliyi) və kəmiyyətinə görə (istehsal norması ilə) müəyyən edilməsi işçinin ona qarşı ədalətli münasibət göstərilməsinə dair imicin formalaşmasına səbəb olur. Yalnız bu halda iş qüvvəsinə tələblə təklif arasında tarazlaşma baş verə bilər. Əgər müəssisənin iş qüvvəsinə tələbi azdırsa – təklif edilən əmək haqqının səviyyəsi aşağıdırsa – belə müəssisəyə iş qüvvəsindən təklif də az olur. Təklif olunan əmək haqqının artırılması ilə iş qüvvəsinə tələb arasındakı kəmiyyət nisbəti bərabərləşdiyi halda, başqa şərtlərin dəyişilməz qaldığı şəraitdə, fəhlənin öz iş yerini tərk etməsi ehtimalı da minimum səviyyəyə düşür.

Kəmiyyətə çox və keyfiyyətə yaxşı əmək yüksək əmək haqqına layiq bilinməlidir. Yüksək ixtisas dərəcəsinə malik olan əmək cəmiyyətə yüksək keyfiyyətli və çox miqdarda maddi nemət verdiyindən yüksək səviyyədə də mükafatlandırılmalıdır, daha doğrusu, ixtisas sahibinə yüksək əmək haqqı verilməlidir. Bu məsələlərdə səhvə yol verilsə, bundan yalnız istehsalın iqtisadiyyatı ziyan çəkə bilər.

Əmək haqqı işçilərin sosial həyatının ən önəmli "indikatoru" olduğundan onu müəyyən edən prinsip və amillər elmi əsaslara söykənməlidir.

Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin stimullaşdırılmasında və işçilərin sosial rifahının artırılmasında əmək haqqının səviyyəsi böyük rol oynayır. Əmək haqqının təşkilinin təkmilləşdirilməsi əmək məhsuldarlığı artımının mühüm amillərindən biridir. Hazırda bazar münasibətlərinə keçidlə əlaqədar qiymətlərin sərbəstləşdiyi, sosial xidmətlərin kommersiyalaşdığı şəraitdə əmək haqqının yeni tələblərə uyğun müəyyən edilməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Əmək kəmiyyət və keyfiyyətinə görə düzgün ödəniləndə hər bir işçi bütün istehsal imkanlarından dolğun istifadə etmək, öz mədəni-texniki səviyyəsini və ixtisasını yüksəltmək, iş vaxtından düzgün və səmərəli istifadə etmək üçün maddi cəhətdən maraqlı olur. Buna görə də, onu müəyyən edən prinsip və amillər elmi əsaslara söykənməlidir.

Əmək haqqının həcmi müəssisə rəhbərliyinin və işçilərin və ya həmkarlar ittifaqının razılıığı əsasında müəyyən olunur. Əmək haqqı digər firma və müəssisələrin ödədiyi əmək haqqının səviyyəsi, ödəmə imkanı, yaşayışın dəyəri, əmək məhsuldarlığının səviyyəsi kimi meyarlar üzrə müəyyən olunur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində əmək haqqının səviyyəsi aşağıdakı amillərin təsiri altında formalaşır:

1. Əmək bazarında mövcud olan konyunktura. Buraya iş qüvvəsinə olan tələblə onun təklifi arasında tarazlıq dərəcəsi, ölkədə işsizliyin səviyyəsi və s. daxildir.

2. Dövlətin sosial siyasəti, müəyyən edilmiş sosial normativlər – minimum əmək haqqı, minimum istehlak dərəcəsi və s.

3. İşin xarakteri ilə əlaqədar amillər – işin mürəkkəbliyi, əmək şəraiti, əməyin təhlükəsizlik dərəcəsi, işin icrası üçün məsuliyyətin səviyyəsi, tələb edilən iş təcrübəsi və vərdislər, fəhlənin ixtisası və s.

4. Firma ilə bağlı amillər – mülkiyyət mənsubiyyəti, əmək məhsuldarlığının səviyyəsi, müəssisənin gəlirliyi, həmkarlar və digər fəhlə təşkilatlarının mütəşəkkilliyi və s.

5. İstehsal heyəti ilə əlaqədar amillər – işə qəbulun miqyası və müddəti (fərdi əmək müqaviləsinin şərtləri).

Bu amillərin bəziləri əmək haqqının ümumi səviyyəsinə, digərləri isə ayrı-ayrı kateqoriyadan olan işçilərin əmək haqqına təsir edirlər.

Bazar münasibətləri şəraitində əmək münasibətləri işə gətirən və işçilər tərəfindən bağlanmış kollektiv və fərdi müqavilələr əsasında

tənzimlənir. İstənilən əmək müqaviləsinin əsas bölmələrindən biri əmək haqqının həcminin müəyyən edilməsidir. Bu müqavilələrdə həm də əmək şəraiti, işdən azad olunma, işdən azad olunanlara verilən müavinətlərin həcmi və s. ilə bağlı məsələlər öz əksini tapır.

Firma və müəssisələrdə əmək haqqının tənzimlənməsi və bu sahədə müəyyən sistemlilik yaratmaq üçün, yəni ixtisaslı və ixtisassız, ağır və yüngül, ziyanlı və ziyansız şəraitdə çalışanların arasında əmək haqqı üzrə nisbətlərin düzgün müəyyən olunması məqsədilə tarif sistemindən istifadə edilir.

Tarif sistemi üç hissədən: 1) tarif maaşından, 2) tarif cədvəlindən (şəbəkəsindən) və 3) tarif-ixtisas məlumat (sorgu) kitabçasından ibarət olur.

Tarif sisteminin tənzimləyicilərindən biri olan Vahid Tarif cədvəlində əməyin ödənilməsi dərəcələri və tarif əmsalları vasitəsilə sənaye-istehsal heyətinin mühüm qrupu olan fəhlələrin əmək haqqı müəyyən edilir. Məsələn, "Azneftkimyamaş" Dövlət Şirkətinin tarif cədvəlində 19 kateqoriya üzrə tarif əmsalları müəyyənləşdirilmişdir ki, bu tarif əmsalları da 1-dən 7,5-ə qədər dəyişir.

Əhəmiyyətinə və məsuliyyətinə görə fərqlənən işləri icra edən yüksək ixtisaslı fəhlələrin tarif maaşları kollektiv (müştərək) müqavilələr əsasında müəyyən olunur.

Tarif maaşları iş şəraitindən asılı olaraq ayrı-arı sahə müəssisələri üzrə əmək haqqı forması və habelə bu və ya digər fəhlə qrupunun istehsal prosesində oynadıqları rola görə differensiallaşdırılır. Lakin müəssisələr öz maliyyə imkanları çərçivəsində həmin variantlardan hər hansı birini seçməkdə sərbəstdirlər.

Tarif maaşı əmək haqqının ölçüsünü vaxt vahidi – saat, gün, ay ərzində müəyyənləşdirir. Fəhlələr üçün o, gün ərzində (gündəlik) və ya saat ərzində (saatlıq) I dərəcəli əmək haqqı şəklində müəyyən olunur. Yüksək tarif dərəcələrinə aid edilən işlər üçün əmək haqqının miqdarı I dərəcənin əmək haqqını tarif dərəcələri üzrə müvafiq tarif əmsalına vurmaqla müəyyənləşdirilir.

Mürəkkəb və müxtəlif texnoloji prosesli müəssisələrdə I dərəcənin üç növ əmək haqqı olur:

- a) normal şəraitdə işləyənlər üçün;
- b) ağır şəraitdə işləyənlər üçün;
- c) isti və zərərli sahələrdə işləyənlər üçün.

Hər bir dərəcənin tarif maaşı elə müəyyən edilir ki, onların arasında optimal ölçüdə fərq yaransın- ibtidaidən aliyə yüksəlmək şərtilə. Hər bir dərəcənin tarif maaşının I dərəcənin tarif maaşına nisbətində tarif əmsalı, ən yüksək dərəcənin tarif maaşının I dərəcənin tarif maaşına nisbətində isə tarif cədvəlinin (şəbəkəsinin) diapozonu deyilir.

Adətən, II qrupda çalışanların əmək haqqı I qrupa nisbətən 5-10 faiz, III qrupda isə bu fərq 15-30 faiz artıq olur.

Fəhlələr arasında ixtisası artırmaq marağını gücləndirmək üçün mövcud olan VI dərəcə ilə I dərəcə arasında fərq 2-5 dəfə arasındadır.

Beləliklə, tarif cədvəlləri yüksək ixtisasa malik fəhlənin əməyinin ödənilməsinin uçotunu aparmaq və habelə müxtəlif ixtisas səviyyəsinə malik fəhlələrin əmək haqlarının ödənişindəki nisbəti müəyyən etmək üçün tətbiq olunur.

Fikrimizi aydınlaşdırmaq üçün maşınqayırma zavodunda fəhlələr üçün tətbiq olunan tarif cədvəlinə müraciət edək (cədvəl 7.1).

Cədvəl 7.1

Maşınqayırma zavodunda fəhlələr üçün tətbiq olunan tarif cədvəli

Dərəcələr	I	II	III	IV	V	VI
Tarif əmsalı	0,1	1,17	1,37	1,54	1,71	1,92
Tarif əmsallarının mütləq artımı		0,17	0,20	0,17	0,17	0,21
Əvvəlki dərəcəyə nisbətən artım, faizlə		17,1	17,1	12,4	11,0	12,3

Tarif cədvəlində dərəcələr arasındakı artım fərqi nə qədər çox olarsa, fəhlə aşağı dərəcədən yuxarı dərəcəyə keçməkdə maddi cəhətdən daha çox maraqlı olar, öz ixtisas səviyyəsini artırmağa cəhd göstərər, onun əmək məhsuldarlığı və gördüyü işin keyfiyyəti yüksələr və nəticə etibarilə istehsalın səmərəliliyi təmin edilmiş olar.

Qeyd etmək lazımdır ki, bütün tarif sisteminin əsası olan "Tarif-ixtisas məlumat (sorgu)" kitabçasının hər bir ixtisas dərəcəsi və vəzifəni səciyyələndirən "Vəzifə borcları" adlanan birinci bölməsində ixtisas və vəzifənin tapşırıldığı şəxsin tam və ya qismən yerinə yetirəcəyi funksiyaların xarakteristikası verilir.

"Bilməlidir" adlanan ikinci bölmədə işçinin ixtisas üzrə bilikləri qarşısında qoyulan tələblər göstərilir, öz işinin icrası üçün ona lazım olacaq qanunvericilik aktları, təlimat və normativ sənədlər verilir. O, bunlardan və yenə də həmin bölmədə tövsiyə olunan metod və vasitələrdən istifadə edərək öz vəzifə borcunu icra etməlidir.

"Əməyin ödənişi üzrə ixtisas dərəcələrinə tələblər" bölməsində işçinin ona həvalə olunmuş və yerinə yetirəcəyi vəzifələr üçün zəruri olan xüsusi hazırlığının səviyyəsi və profili müəyyən edilir. Bir sözlə, "Tarif-ixtisas məlumat (sorgu)" kitabçasında sənaye müəssisələrində yerinə yetirilən bütün işlər peşə və ixtisaslara görə sistemləşdirilir, işin mürəkkəbliyi və dəqiqliyindən asılı olaraq, onların hər birinə dərəcə müəyyən edilir. Bununla yanaşı məlumat kitabçasında, artıq qeyd olunduğu kimi, hər ixtisasdan olan fəhlə və işçilərin qarşısında qoyulan tələblər verilir; bunun üçün istifadə olunan avadanlığın və texnoloji əməliyyatların xüsusiyyətləri və iş şəraiti mütləq nəzərə alınır.

7. Firmada əməyin ödənilməsinin forma və sistemləri

İstehsal firmalarında əmək haqqı təşkil olunarkən aşağıdakı əsas prinsiplər nəzərə alınır: əməyin kəmiyyət və keyfiyyəti, əməyin intensivliyi, iş şəraiti, əmək məhsuldarlığı ilə əmək haqqı arasındakı artım sürəti, bərabər əməyə görə bərabər haqqın verilməsi, iqtisadiyyat sahələrinin əhəmiyyəti, müəssisələrin coğrafi yerləşməsi. Bu o deməkdir ki, işçilərə əmək haqqı verilirəkən sözügedən prinsiplərə riayət etmək lazımdır. Əməyin ödənilməsində bu prinsiplərdən kənara çıxmaq işçilərin maddi marağının zəifləməsinə, beləliklə də, istehsalın səmərəliliyinin aşağı düşməsinə səbəb ola bilər.

Sənaye müəssisələrində əmək haqqının düzgün təşkili və tənzimlənməsi üçün əsasən onun 2 forması – işəməzd və vaxtaməzd formaları tətbiq edilir.

Əməyin vaxtaməzd ödəniş formasında işçinin əmək haqqı onun tərəfindən istehsalda işlənmiş vaxta və müvafiq ixtisas dərəcəsinin tarif maaşına görə hesablanır. Əməyin ödənişinin vaxtaməzd formasının, məhsul istehsalı artımının fəhlənin özündən deyil, avadanlıqdan asılı olduğu və habelə əməyin normalaşdırılmasının mümkün olmadığı iş yerləri və sahələrində tətbiq edilməsi həm zəruri və həm də məqsədəuyğundur.

Əməyin ödənilməsinin vaxtaməzd sistemi 2 ödəniş formasını – sadə vaxtaməzd və mükafatlı vaxtaməzd – özündə birləşdirir.

Əməyin ödənilməsinin sadə vaxtaməzd formasında fəhlənin əmək haqqının məbləği onun saatlıq tarif maaşını iş növbəsindəki saatların və aydakı iş günlərinin sayına vurmaqla müəyyən edilir.

Fərz edək ki, hər hansı bir işçinin (fəhlənin) saatlıq tarif maaşı 8 man., iş növbəsinin müddəti isə 8 saatdır və həmin işçi ay ərzində 24 gün işləmişdir. Onda onun 1 iş günü üçün vaxtamuzd əmək haqqı 64 man. – (8 x 8man.) – ay üçün isə 1536 manat (8 x 8 x 24) olacaqdır.

Əməyin ödənilməsinin mükafatlı vaxtamuzd formasında fəhləyə (işçiyə) işlədiyi vaxta və tarif maaşına görə ödənilən əmək haqqından əlavə hər hansı bir işi ilə əlaqədar (məsələn, materiala qənaət) mükafat da ödənilir.

Fərz edək ki, işçinin saatlıq tarif maaşı 8 man., iş növbəsinin uzunluğu 8 saat, ay ərzində işlədiyi günlərin sayı 24 olmuş və ona materiala qənaət etdiyinə görə sadə işəməzd əmək haqqının 20 faizi həddində mükafat müəyyən edilmişdir. Onda əməyin ödənilməsinin mükafatlı vaxtamuzd əmək haqqının məbləği $[8 \times 8 \times 24 \times (1+0,2)] = 1536 \times (1+0,2) = 1536 + 0,2 \times 1536 = 1843,2$ manat olacaqdır.

Əməyin ödənişinin ikinci forması işəməzd (buna bəzən dənəməzd əmək haqqıda deyirlər) əmək haqqıdır. Əməyin ödənişinin bu formasından məhsul və xidmətin kəmiyyət göstəriciləri əsas, həcm göstəricilərinin uçotunun dəqiq ölçülməsinin mümkün olduğu və habelə texniki cəhətdən əsaslandırılmış normaların tətbiqinə çətinlik törətməyən iş yerləri və sahələrində istifadə olunur.

İşəməzd (dənəməzd) əmək haqqı forması işçinin öz işinin keyfiyyət tərəfindən çox kəmiyyət tərəfinə rəğbətini gücləndirir. Məhsulun keyfiyyətinin aşağı düşməsi ehtimalı artır, avadanlığa xidmət işi pisləşir, fəhlə gərgin işləmək məcburiyyətində qalır, materialdan istifadə olunmasında israfçılığa yol verilməsi ehtimalı yaranır və s.

Əməyin ödənişinin işəməzd (dənəməzd) forması bir neçə əmək haqqı sistemlərinə bölünür və onlar aşağıdakılardır:

- birbaşa işəməzd;
- dolaylı işəməzd;
- mütərəqqi işəməzd;
- mükafatlı işəməzd;
- akkord sistemi.

Əməyin işəməzd ödəniş formasının yuxarıda göstərilən bütün sistemləri fəhlələr tərəfindən fərdi və ya kollektiv, başqa sözlə, briqadalar vasitəsilə icra oluna bilər.

Firmalarda işəməzd işləyən fəhlələrin əməyinin vaxtamuzd işləyən fəhlələrin əməyindən daha intensiv xarakterini nəzərə alaraq, vaxtamuzd işləyənlərin əmək haqqı aşağı müəyyən edilir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, elmi-texniki tərəqqi fəhlələrin əməyinin intensivliyini tədricən tarazlaşdırır.

Məlumdur ki, işəməzd əmək haqqı forması fəhlələrin ixtisasının artırılmasına, avadanlıq və alətlərdən daha yaxşı istifadə edilməsinə maddi marağı artırır. Lakin bu heç də o demək deyildir ki, işəməzd əmək haqqını hər yerdə eyni dərəcədə tətbiq etmək lazımdır.

Əməyin ödənilməsinin işəməzd (dənəməzd) forması, bir qayda olaraq, məhsul istehsalına iş vaxtı məsrəfi və istehsal normalarının müəyyən edilməsi (hesablanması) mümkün olan istehsallarda tətbiq olunur. İşəməzd (dənəməzd) əmək haqqının məbləği istehsal edilmiş məhsulun miqdarına və həmin məhsulun hazırlanması qiymətinə görə müəyyən olunur.

Fərz edək ki, bir məhsulun emalına fəhlə tərəfindən vaxt məsrəfi norması 30 dəqiqə, fəhlənin 1 saatlıq tarif maaşı isə 7 manata bərabərdir və ay ərzində o, 120 ədəd məhsul istehsal edə bilər. İstehsal normasının vaxtında və keyfiyyətlə yerinə yetirilməsinə görə fəhləyə onun işəməzd əmək haqqının 20 faizi həcmində mükafat verilir. Onda fəhlənin aylıq mükafatlı işəməzd əmək haqqının məbləği $[7 (30:60) \times 120 \times (1+0,2)] = (7 \times 0,5) \times (120+24) = 3,5 \times 144 = 504$ manat olacaqdır.

Yerinə yetiriləcək işin haqqının əvvəlcədən müəyyən edilib, fəhlələrə çatdırılmasının böyük əhəmiyyəti vardır, çünki bu halda fəhlə gördüyü iş üçün nə qədər əmək haqqı alacağını əvvəlcədən bilir və daha çox məhsul istehsal etməsində maraqlı olur.

Birbaşa işəməzd əmək haqqı sistemi əmək haqqının ən çox yayılmış formasıdır. Bu formada hazırlanmış bütün məhsul üçün fəhlələrə əmək haqqı yerinə yetirilmiş işin həcmi və iş vahidi üçün müəyyən edilmiş sabit qiymətlərə vurulması əsasında hesablanaraq verilir. Bu sistemdə istehsalın artması ilə fəhlənin faktiki gəliri (məvacibi) arasında birbaşa əlaqə mövcud olur.

İstehsal firmalarında və sənaye müəssisələrində bəzi hallarda dolayı işəməzd əmək haqqı sistemindən də istifadə edilir. Dolayı işəməzd əmək haqqı sistemində fəhlənin aldığı əmək haqqı onun xidmət

etdiyi əsas fəhlələrin əmək haqqından və ya istehsal etdiyi məhsulun miqdarından birbaşa asılı olur. Bu sistem çox hallarda əsas fəhlələrə xidmət edən köməkçi fəhlələrin də əmək haqqının təşkilində tətbiq olunur. Bir sıra müəssisələrdə avadanlıq sazlaşdırıcıları dolayı işəməz sistemində üzrə əmək haqqı alırlar. Dolayı işəməz əmək haqqı sistemində hər hansı bir iş yerinə xidmət edən fəhlənin əmək haqqı əsas işəməz fəhlənin istehsal etdiyi məhsulun həcmindən asılı olaraq müəyyən edilir. Ona görə də köməkçi fəhlə iş yerləri və iş sahələrinə fasiləsiz və keyfiyyətli xidmət etməkdə maddi cəhətdən maraqlı olur.

Mütərəqqi işəməz əmək haqqı sistemində normadan artıq hazırlanmış hər məhsul üçün norma daxilində olan iş qiymətlərindən yüksək qiymətlə haqq verilir.

Normaların artıqlaması ilə yerinə yetirilməsi səviyyəsindən asılı olaraq məhsul vahidinin hazırlanma qiymətlərinin yüksəldilməsi də rəcəsi hər bir konkret halda xüsusi şkalalar vasitəsilə müəyyən edilir.

Mütərəqqi işəməz əmək haqqı sistemi əmək haqqının kütləvi və dəyişilməz forması ola bilməz, çünki bu, bəzi hallarda əmək məhsuldarlığına nisbətən əmək haqqının daha sürətlə artması ilə nəticələnə bilər. Bu isə yolverilməzdir, çünki əmək haqqının artım tempi əmək məhsuldarlığının artım tempini qabaqlamamalıdır.

Mütərəqqi işəməz əmək haqqı sistemi, adətən, texniki cəhətdən əsaslandırılmış normalarla (əməyin texniki normalaşdırılması əsasında) işləyən işəməz fəhlələr üçün tətbiq edilir. Bu sistemdən istifadə edilməsi işə əlavə maddi maraq yaranmasına səbəb olur.

Mükafatlı işəməz əmək haqqı sistemində fəhlə birbaşa əmək haqqından əlavə işin konkret kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri üzrə tapşırıqların yerinə yetirilməsi və artıqlaması ilə yerinə yetirilməsi üçün müəyyən məbləğdə mükafat alır.

Bəzi hallarda işəməz əmək haqqı formasının akkord sistemindən də istifadə edilir. Akkord əmək haqqı sistemindən əsasən tikintidə və nəqliyyatda istifadə olunur. Akkord əmək haqqı briqadanın icra edəcəyi iş üzrə bütövlükdə hesablanır. Akkord iş qiymətləri müəyyən edilərkən kompleks akkord işlərinə daxil olan mövcud normalar və ayrı-ayrı iş vahidinin (həcmnin) qiymətləri əsas götürülür. Əməyin akkord sistemi üzrə ödənilməsində akkord tapşırıqlarının keyfiyyətlə və vaxtından

əvvəl yerinə yetirilməsi üçün mükafatlandırma qaydası da müəyyən edilir. Mükafat, əmək haqqına akkord qaiməsi üzrə əlavə olunur və həmin müəssisədə mövcud olan mükafatlandırma qaydası əsasında verilir.

Sənaye müəssisələrində işləyən fəhlələrin müəyyən hissəsi üçün vaxtamuzd əmək haqqı forması tətbiq edilir. Yəni onların əmək haqqı buraxılan məhsulun miqdarına görə deyil, işlənmiş vaxta görə hesablanır. Vaxtamuzd əmək haqqı formasında əmək haqqının miqdarı fəhlənin ixtisas dərəcəsiindən və sərf etdiyi iş vaxtından asılıdır.

Vaxtamuzd əmək haqqı forması istehsalın xüsusiyyətindən asılı olaraq texniki cəhətdən əsaslandırılmış istehsal normalarının müəyyən edilməsi mümkün olmayan işlər üzrə, habelə işəməuzd əmək haqqı sisteminin tətbiq edilməsi iqtisadi cəhətdən sərfəli olmayan sahələrdə tətbiq edilir.

İstehsal prosesləri avtomatlaşdırıldıqca vaxtamuzd əmək haqqının payı müntəzəm sürətdə artır. Fəhlələrdə yüksək iş və xidmət keyfiyyətinə maddi maraq yaratmaq, işin texniki-iqtisadi göstəricilərini yaxşılaşdırmağı stimullaşdırmaq üçün vaxtamuzd mükafatlı əmək haqqı tətbiq edilir.

Əmək haqqının hər bir formasının tətbiq olunma tələbləri və şərtləri vardır.

İşəməuzd əmək haqqı formasının tətbiq olunma şərtləri aşağıdakılardır:

a) əməyin normalaşdırılmasının mümkünlüyü, sadəliyi və istehsalın həcmiinin uçota alına bilməsi;

b) iş yerlərində əmək məhsuldarlığının və istehsalın həcmiini yüksək sürətlə artırmaq zəruriyyəti;

c) istehsal olunan məhsula fəhlənin fəal təsir edə bilmə imkanı;

d) məhsul istehsalında fəhlənin əmək fəaliyyətinin son nəticələrinin əks oluna bilməsi;

e) iş vaxtı itkilərinin aradan qaldırılmasına imkan verən əməyin təşkilinin müvafiq səviyyəsinin təmin olunması.

Vaxtamuzd əmək haqqı formasının tətbiq olunma şərtlərinə:

a) fəhlə tərəfindən işlənmiş iş vaxtının ciddi uçota alınması və ona nəzarət;

b) icra edilən işin məzmunu, habelə fəhlələrin hüquq və vəzifələrinin dəqiq müəyyən edilməsi;

c) fəhlələr üçün xidmət normalarının və işçilərin sayı normativlərinin düzgün müəyyən olunması;

d) fəhlələr üçün tarif dərəcələrinin düzgün verilməsi;

e) mükafatlandırma amilləri və göstəricilərinin düzgün müəyyən edilməsi daxildir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində müəssisədə əməyin ödənilməsinin təkmilləşdirilməsində əsas diqqət əmək haqqının forma və sistemlərinin düzgün və səmərəli tətbiqinə yönəldilməlidir.

Əməyin ödənilməsinin forma və sistemlərinin təkmilləşdirilməsi fəhlələrin öz işlərinin keyfiyyət göstəricilərini yaxşılaşdırmaqda maddi cəhətdən maraqlı olmaları, istehsal prosesində istifadə edilən xammal və materiallara qənaətlə və istehsal normasını artıqlaması ilə yerinə yetirmələri məqsədilə onların əməyinin ödənilməsinin rolunu yüksəltmək istiqamətində aparılmalıdır.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Firmanın kadrları funksional tərkibinə görə hansı qruplara bölünür?
2. Firmada heyətin idarə olunmasının məqsəd və vəzifələrini izah edin.
3. Əmək məhsuldarlığının tərifini verin. Əmək məhsuldarlığını hesablamaq üçün hansı göstəricilər tətbiq olunur?
4. Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin hansı ehtiyac mənbələri və amilləri mövcuddur?
5. Əməyin normalaşdırılmasının mahiyyəti və vəzifələri nələrədən ibarətdir?
6. Firmada əmək haqqının diferensiasiyası necə həyata keçirilir?
7. Tarif sistemini izah edin.
8. Firmada əməyin ödənilməsinin hansı forma və sistemləri mövcuddur?
9. Tarifsiz əmək haqqı sistemi haqqında nə kimi məlumatınız vardır?

Fəsil 8. İstehsal firmasının əsas fondları və istehsal gücü

1. İstehsal əsas fondlarının iqtisadi mahiyyəti və təsnifatı
2. Əsas fondların qiymətləndirilməsi
3. Əsas fondların köhnəlməsi və amortizasiyası
4. Əsas fondlardan istifadə göstəriciləri
5. Firmanın istehsal gücü və onun hesablanması metodikası
6. İstehsal əsas fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması yolları

1. İstehsal əsas fondlarının iqtisadi mahiyyəti və təsnifatı

Cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişafının maddi əsasını təşkil edən ictimai istehsal iş qüvvəsinin, əmək predmetlərinin və əmək vasitələrinin müxtəlif cəmiyyət nisbətlərində və kombinasiyalarda birləşdirilərək insanların tələbatlarını ödəmək üçün maddi nemətlərin yaradılması prosesidir. Əmək vasitələri və əmək predmetləri, məlum olduğu kimi, ictimai istehsalın maddi üsürləridirlər. Əmək prosesindəki və məhsulun yaradılmasındakı roluna görə əmək vasitələri istehsalın mühüm amilidir. Məhz əmək vasitələri istehsalın texniki və ictimai əmək məhsuldarlığının səviyyəsini müəyyən edir. Əmək vasitələri dedikdə, binalar, qurğular, nəqliyyat vasitələri, iş maşınları və avadanlıqları, güc maşınları, ötürücü mexanizmlər, ölçü və tənzimləmə cihazları və s. nəzərdə tutulur. Bunların içərisində ən aktiv istehsal avadanlıqlarıdır ki, bunlara xammal və materialları bilavasitə emal edən və onlarda müəyyən fiziki, kimyəvi dəyişiklik apara bilən, onu yeni istehlak dəyərinə çevirə bilən bütün dəzgahlar, maşınlar, aqre-qatlar və mexanizmlər daxildirlər.

Əmək vasitələri dəyər ifadəsində istehsal əsas fondları adlanır. Başqa sözlə, əsas fondlar istehsal prosesində uzun müddət və bütövlükdə – bütün üsürləri birlikdə – iştirak edən, öz natural formasını ömrü boyu saxlayan və dəyərini istehsal edilən məhsulun üzərinə –

köhnəlmə dərəcəsiindən asılı olaraq – hissə-hissə keçirən əmək vasitələrinin maddi-texniki deyil, dəyərlə ifadə olunmuş formasıdır.

Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinə görə, dəyəri 100 manatdan yuxarı və ömür müddəti 1 ildən çox olan istehsal-texniki təyinatlı əmək vasitələrinin dəyəri əsas fondlara, dəyəri 100 manatdan və ömür müddəti isə 1 ildən az olanlar isə dövriyyə fondlarına aid edilir. Belə bir qaydanın qəbul edilməsi bilavasitə uçot sisteminin sadələşdirilməsi ilə əlaqədardır. Çünki dəyəri 100 manatdan az olan və ömür müddəti 1 ildən çox olan istehsal vasitələrinin əsas fondlar kimi uçotunun aparılması əmək tutumludur və uçot işini xeyli dərəcədə mürəkkəbləşdirir.

İstehsal əsas fondlarının tərkibinə yalnız istehsal prosesinə cəlb edilmiş və müəyyən funksiyaları yerinə yetirən əmək vasitələri daxil edilir. Mövcud uçot qaydasına müvafiq olaraq əsas fondların dəyərində istehsal firmalarının, təchizat və satış təşkilatlarının anbarlarında olan maşın və avdanlıqlar, quraşdırmaq üçün alınmış, quraşdırılması nəzərdə tutulmuş, yolda olan və əsaslı tikinti balansında olan avadanlıqların dəyəri daxil edilmir.

Firmanın əsas fondları istehsal əsas fondları və qeyri-istehsal əsas fondlarına bölünür. İstehsal əsas fondlarına bilavasitə istehsal prosesində iştirak edən, yaxud onun həyata keçirilməsinə yardım göstərən əmək vasitələri daxil edilir. Qeyri-istehsal əsas fondlarına isə müəssisənin ixtiyarında olan mənzil fondları, mədəni-məişət xidmətinin (klublar, uşaq bağçaları, səhiyyə məntəqələri, istirahət düşərgələri və s.) binaları, qurğuları və s. aid edilir. İstehsal əsas fondlarından fərqli olaraq, bunlar istehsal prosesində iştirak etmədikləridən, öz dəyərlərini yaradılan məhsulun üzərinə keçirmirlər, daha doğrusu, keçirə bilməzlər. Onlar öz dəyərlərini istismar edildikcə itirirlər. Bunlar üçün ödəniş fondu yaradılmır. Qeyri-istehsal əsas fondlarının təkrar istehsalı yalnız yeni investisiya qoyuluşu vasitəsilə həyata keçirilir.

İstehsal əsas fondlarının tərkib hissələrindən biri də qeyri-maddi aktivlərdir. Bunlar da insan əməyinin "məhsulu" olduqlarından dəyərin daşıyıcılarıdır, əsas fondlardır, lakin onların (qeyri-maddi əsas fondların) fiziki əsasları (ölçüləri) yoxdur. Qeyri-maddi aktivlər də, fiziki əsasları olan əsas fondlar kimi, uzun müddət istifadə olunduqlarından öz dəyərlərini tədricən itirirlər.

Qeyri-maddi aktivlərə patentlər, əmtəə (mal) nişanları, ticarət markaları, lisenziyalar, bir çox hüquqi aktlardan (torpaq və təbii resurslar, ixtiraçılıq və müəlliflik və s.) istifadə, "nou-hau", rəsmiləşdirilmiş məsləhət və s. aid edilir.

İstehsal firmasının sərəncamındakı əsas fondlar – iqtisadi məzmununa görə həmcins olsalar da – əşya formasında müxtəlif ünsürlərdən ibarət olurlar. Buna görə də əsas fondların uçota alınmasını həyata keçirmək, onların təkrar istehsalının həcmə artırılmasını əsaslandırmaq və habelə onlardan istifadə olunması işinə nəzarəti gücləndirmək məqsədilə həmin ünsürləri müxtəlif qruplarda birləşdirir, yəni təsnifləşdirirlər. Əsas fondların təsnifatı onların istehsaldakı işinin xarakterinə (təyinatına) görə əsas fondların diferensiasiyasını nəzərdə tutur, onların müasir texniki səviyyəsini əks etdirir.

İstehsal əsas fondları onların istehsaldakı funksiyalarının xarakteri, texniki səviyyələri və ayrı-ayrı ünsürlərin istehsaldakı təyinatı və xidmət müddətləri kimi əlamətlərə görə təsnifləşdirilir.

Qüvvədə olan təsnifata görə firma və ya müəssisənin əsas fondları öz təyinatları, istehsaldakı funksiyaları və maddi məzmunlarına görə aşağıdakı kimi qruplaşdırılır.

«Binalar». Bu qrupa istehsal prosesinin həyata keçirilməsi üçün zəruri şərait yaradan, müxtəlif maşın və mexanizmləri xarici mühitin təsirlərindən qoruyan, işçilər üçün istehsal meydançası verən və habelə yaşayış və sosial-mədəni xidmət təyinatlı memarlıq-tikinti obyektləri aiddir. İstehsal binalarına isə istehsal və habelə köməkçi və xidmətedici sexlərin binaları daxildir. Həmin qrupa sadalananlardan başqa, laboratoriyalar, qazanxanalar, kompressor stansiyaları yerləşdirilən binalar və həmçinin müəssisə idarəsinin, anbarların binaları və habelə yangından mühafizə binaları da aid edilir.

«Qurğular». Bu qrupa əmək predmetlərinin (xammal, material, yarımfabrikatlar və s.) emalı ilə bilavasitə əlaqəsi olmayan, lakin istehsal prosesində müəyyən funksiyaları icra etmək üçün şərait yaradan mühəndis-tikinti obyektləri aiddirlər. Əsas fondların bu qrupuna suqaldırma və su nasosu stansiyaları, su anbarları, dambalar, bəndlər, təsərrüfatdaxili dəmir yolları, müxtəlif yükləmə-boşaltma qurğuları, estakadalar, su quyuları, asma yollar, körpülər və s. daxildir.

«Ötürücü qurğular». Bu qrupa elektrik, istilik və mexaniki enerjinin, habelə maye və qaz halında olan maddələrin ötürülməsinə kömək edən qurğular aiddir. Ötürücü qurğulara elektrik, qaz və istilik şəbəkələri, rabitə xətləri, buxar, neft, hava, turşu, qırıntı, sexlərarası su kəmərləri və kanallar aiddir.

«Maşın və avadanlıqlar» qrupu aşağıdakı yarımqruplara bölünür:

1. «Güc maşınları və avadanlıqları» yarımqrupuna istilik və elektrik enerjisi yaradan maşın-generatorlar, buxar maşınları və turbinləri, daxili yanma mühərrikləri, istilik və elektrik enerjisini mexaniki enerjiyə çevirən maşın-mühərriklər, elektrik mühərrikləri, transformatorlar, paylayıcı qurğular və s. aiddir. Belə əsas fondlar enerjinin alınması, çevrilməsi və bölüşdürülməsi üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu qəbildən olan güc maşınları və avadanlıqlarının texniki mükəmməlliyi müəssisələrin enerji ilə təchizatının səviyyəsini müəyyən edir.

2. «İş maşınları və avadanlıqları» yarımqrupuna bilavasitə əmək predmetlərini (xammal, material və yarımfabrikatları) mexaniki, termik və kimyəvi emal edən maşınlar, avadanlıqlar və aparatlar aiddir. Bunlar əmək predmetinə təsir etməklə və onları hazır məhsula çevirməklə texnoloji proseslərdə bilavasitə iştirak edirlər. Maşın və avadanlıqların bu yarımqrupu əsas sexlərin və həm də bütövlükdə müəssisənin istehsal gücünü müəyyən edir.

3. «Nəzarət-ölçü və nizamlayma cihazları və laboratoriya avadanlıqları» yarımqrupuna avtomatik idarəetmə mexanizmləri, vaxtı, təzyiqli, temperaturu, sürəti və s. ölçən və nizamlayan cihazlar, avtomatik idarəetmə pultları, dispetçer nəzarət vasitələri, müəssisə və elmi-tədqiqat laboratoriyalarının cihaz və aparatları və s. aiddir. Bunlar istehsal proseslərini əl ilə və avtomatik olaraq, texnoloji proseslərin rejim parametrlərinin ölçülməsi və onlara nəzarət etmək, laboratoriya-sınaq və tədqiqatları aparmaq üçündür.

4. «Hesablama texnikası» yarımqrupuna elektron hesablama maşınları, idarəçi və analoji maşınlar (kompüterlər, printerlər, skanerlər, telefon aparatları və s.), rəqəmli hesablayıcı maşınlar və qurğular, informasiyanın yığılması və ötürülməsi üçün texniki vasitələr və s. aiddir.

5. «Avtomat maşın və avadanlıqlar» yarımqrupuna proqramla idarə olunan dəzgahlar, avtomatik xətlər, kimyəvi-termiki emal üçün

qızdırıcı soba və s. kimi maşın, aparat və avadanlıqlar aiddir. Bunlar istehsal prosesinin bütün əməliyyatlarının müəyyən texnoloji ardıcılıqla, verilmiş ritmlə, insanın bilavasitə iştirakı olmadan yerinə yetirildiyi avadanlıqlardır. Fəhlə yalnız avadanlığı sazlayır, texnoloji prosesin gedişinə nəzarət edir, ilk yükləmə və son boşaltma əməliyyatlarını yerinə yetirir.

6. «Sair maşın və avadanlıqlar» yarımqrupuna avtomat telefon stansiyalarının avadanlığı, yanğınsöndürən maşınlar, soyuducular, televizorlar və s. aiddir. Bu yarımqrupa yuxarıda göstərilmiş yarımqruplara daxil olmayan və müəyyən texniki funksiyaları yerinə yetirən maşın və mexanizmlər daxildir.

«Nəqliyyat vasitələri». Bu qrupa elektrik, istilik və buxarla işləyən dərəcələr, vaqonlar, avtomobillər, elektrik arabaları, magistral neft-qaz kəmərləri və s. aiddir.

«Alətlər». Alətlər qrupuna əmək predmetlərini emal edən müxtəlif növ elektrik drelləri, konduktorlar (yönəldicilər), kəsici-tutucular və s. aiddir. Ümumiyyətlə, bu qrupa xidmət müddəti azı bir il olan alətlər daxil edilir.

«İstehsal ləvazimatları». Bu qrupa istehsal əməliyyatlarının icrasını asanlaşdıran istehsal təyinatlı əşyalar – iş masaları, stendlər, piştaxtalar və habelə fəhlələrin əmək təhlükəsizliyini təmin edən başqa vasitələr, məsələn, dəzgahların aralarına çəkilən çəpərlər aiddir. Bundan əlavə, həmin qrupa duru və dənəvər maddə və materialların qorunması üçün istifadə olunan çəllək və baklar, şkaflar və habelə inventarlar daxil edilir.

«Təsərrüfat inventarları». Bu qrupa dəftərxana mebeli (stollar, şkaflar, divanlar), yazı makinaları, odadavamlı şkaflar, xalçalar, yanğından mühafizə əşyaları və s. aiddir.

«Çoxillik bitkilər və onların fərdi çəpərləri (hasarları)» qrupuna müəssisə və təşkilatların ərazisində və həyətlərində əkilmiş çoxillik bitkilər aid edilir.

«Sair əsas fondlar». Bu qrupa kitabların dəyərindən asılı olmayaraq kitabxana fondu, icarəyə götürülmüş əsas fondlar üçün icarə haqqı (icra balansında qeydə alınan) aiddir.

Əmək predmetlərinə, müəssisənin istehsal güclərinə bilavasitə təsiri dərəcəsindən və əhəmiyyətliliyindən asılı olaraq istehsal əsas

fondları aktiv və passiv hissələrə bölünür. İstehsal əsas fondlarının aktiv hissəsinə əmək predmetlərinin formasına və xassələrinə birbaşa təsir edən, əmək məhsuldarlığının səviyyəsini, istehsalın həcmi artıran ünsürlər (iş maşınları və avadanlığı, cihazlar, alətlər), passiv hissəsinə isə aktiv əsas fondların normal işləməsi üçün şərait yaradan ünsürlər (binalar, tikililər, ötürücü qurğular) daxildir.

İstehsal əsas fondlarının ayrı-ayrı ünsürlərinin ümumi dəyə-rindəki nisbətləri əsas fondların istehsal strukturunu müəyyən-ləşdirir. Əsas fondların istehsal strukturu və onun dinamikası isteh-salın texniki səviyyəsini səciyyələndirən göstəricilərdəndir və əsas fondlara investisiya qoyuluşlarının səmərəliliyinə təsir göstərirlər. Əsas fondların tərkibində maşınların, avadanlıqların və cihazların pa-yı nə qədər çox olarsa, onların hər manatına – başqa şərtlər dəyişməz qalarsa – bir o qədər çox məhsul istehsal edilə bilər.

Müxtəlif sahələrə mənsub olan müəssisələrdə istehsal əsas fond-larının strukturu bir-birindən fərqlənir. Müəssisənin əsas fondlarının strukturunun mütərəqqiliyi, onda (strukturda) maşınların və avadan-lıqların payının artmasında təzahür edir. Müxtəlif sahələrin və müəs-sisələrin istehsal əsas fondlarının quruluşu bir sıra amillərdən: buraxılan məhsulun mürəkkəbliyi və konstruktiv-texnoloji özünəməxsus-luğundan, texnoloji proseslərin xüsusiyyətlərindən və tətbiq edilən maşın və avadanlığın texniki cəhətdən mükəmməlliyindən və s. asılı-dır. **İstehsal əsas fondlarının strukturunun dəyişməsinə, hər şey-dən əvvəl elmi-texniki tərəqqi səbəb olur.** Bu dəyişiklik, ilk növbə-də, istehsal əsas fondlarının strukturunda aktiv hissənin payının art-ması istiqamətində baş verir.

İstehsalın təmərküzləşmə, ixtisaslaşma və kooperativləşmə sə-viyyəsi də istehsal əsas fondlarının strukturuna əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir: istehsalın təmərküzləşmə və ixtisaslaşma səviyyəsi nə qədər yüksək olarsa, onun mexanikləşmə dərəcəsi bir o qədər yüksək və əsas fondların quruluşunda iş maşınları və avadanlıqların da xüsu-si çəkisi böyük olar.

İstehsalın coğrafi yerləşməsindəki dəyişikliklər və iqlim şəraiti də əsas fondların strukturuna təsir göstərir.

İstehsal əsas fondlarının stukturuna istehsal olunan məhsulun mürəkkəbliyi və konstruktiv-texnoloji xüsusiyyətləri ciddi təsir

göstərir. Məsələn, sadə formalı, nisbətən kiçik çəkili məmulatların istehsalında, yaxud fərdi və xırda seriyalı istehsal zamanı fondların eyniadlı qruplarının xüsusi çəkisi ilə müqayisədə mürəkkəb formalı, çox ağır və iri qabaritli məmulatların hazırlanması zamanı əsas fondların quruluşunda binaların xüsusi çəkisi, kütləvi və iri seriyalı istehsal zamanı isə maşın və avadanlıqların xüsusi çəkisi yüksək olur.

Artıq qeyd olunduğu kimi, müxtəlif sahələrin müəssisələrində istehsal əsas fondlarının strukturu eyni deyildir. Bu, hər şeydən əvvəl, sahənin texniki-iqtisadi xüsusiyyətləri ilə izah edilir. Məsələn, maşınqayırma və metal emalı, qara metallurjiya, kimya və neft-kimya, yüngül sənayedə, o cümlədən toxuculuq sənayesində iş maşınları və avadanlıqları istehsal əsas fondlarının tərkibində daha çox paya malikdir və bu pay 30 faizdən 50 faizə qədər intervalda tərəddüd edir.

Yanacaq sənayesinin (neftçixarma sənayesinin) istehsal əsas fondlarının tərkibində qurğular və ötürücü mexanizmlərin xüsusi çəkisi (təqribən 60 faiz), yüngül, yeyinti, maşınqayırma və metal emalı, kimya və neft-kimya sənaye sahələrinin əsas fondlarının tərkibində binaların xüsusi çəkisi (müvafiq olaraq təqribən 40 faiz, 37 faiz, 27 faiz) daha böyük, hasilat sənaye sahələrində isə nisbətən az olur.

Güc maşınları və avadanlıqları aşağıdakı sənaye sahələrinin əsas fondlarında daha böyük paya malik olur: elektroenergetikada (təqribən 33 faiz), şəkər sənayesində (təqribən 10 faiz) və sellüloz-kağız sənayesində (təqribən 6 faiz). Nəqliyyat vasitələri meşə təsərrüfatı sənayesində (təqribən 13 faiz), balıq sənayesində (təqribən 8 faiz) daha çox yer tutur.

2. Əsas fondların qiymətləndirilməsi

İstehsal əsas fondları həm natural, həm də dəyər ölçüsündə uçota alınır və planlaşdırılır. İstehsal əsas fondlarının natural göstəricilərlə qiymətləndirilməsi istehsal prosesinin texnoloji xüsusiyyətlərindən asılıdır və istehsal müəssisələrində əsas fondların texniki tərkibini, istehsal gücünü müəyyənləşdirmək, istehsal gücündən istifadəni yüksəltməyə dair tapşırıqlar və yollar müəyyən etmək, avadanlıq balansını tərtib etmək, habelə investisiyanın və yeni maşın və avadanlıqların tətbiqi hesabına istehsalı inkişaf etdirmək üçün istifadə olunur.

Əsas fondların dəyər ifadəsində uçota alınması və planlaşdırılması müəssisənin istehsal əsas fondlarının köhnəlməsini müəyyən etmək və amortizasiyanı hesablamaq, dinamikasını uçota almaq və onların geniş təkrar istehsalını planlaşdırmaq, habelə məhsulun maya dəyərini və müəssisələrin rentabelliğini müəyyən etmək məqsədilə aparılır. Müəssisənin böyük miqdarda və müxtəlif əmək vasitələrindən ibarət olan əsas fondlarının təkrar istehsalının planlaşdırılması ancaq dəyər ifadəsində aparıla bilər.

Əsas fondların uzun müddət işləməsi, tədricən köhnəlməsi və bu müddətdə təkrar istehsal şəraitinin dəyişməsi ilə əlaqədar olaraq əsas fondlar – onların hərəkətinə nəzarət məqsədilə – üç növ dəyərdə (ilkin, bərpa və qalıq dəyəri) qiymətləndirilir.

Əsas fondların ilkin dəyəri dedikdə, onların istehsalı (yaxud inşası), əldə edilməsi (alınması və gətirilməsi), habelə quraşdırılması ilə əlaqədar olan xərclərin məcmusu nəzərdə tutulur. Müəssisənin əsas fondlarının uçotu onların ilkin dəyəri ilə aparılır. Qiymətləndirmənin bu növündən amortizasiya ayırmalarının hesablanması, istehsal əsas fondlarına əmlak vergisinin təyin edilməsi üçün istifadə olunur. Buna həm də əsas fondların balans dəyəri deyilir. Müxtəlif dövrlər üçün avadanlığın qiyməti və tikintinin dəyəri dəyişdiyinə görə, bu qiymətləndirmə metodu əsas fondların dəyişmə dinamikası barədə dəqiq müqayisə edilə biləcək məlumat almağa imkan vermir. Bu çatışmazlığı aradan qaldırmaq üçün bərpa dəyəri adlanan dəyərdən istifadə olunur.

Bərpa dəyəri üzrə qiymətləndirmə yeni istehsal şəraitində (cari ildə) əsas fondların təkrar istehsal dəyərini (yəni müasir dəyərini) ifadə edir. İstehsal əsas fondlarının bərpa dəyəri ilkin dəyər ilə mənəvi aşınmanın dəyər formasında ifadə olunmuş kəmiyyəti arasındakı fərq kimi müəyyən edilir. Yeni istehsal əsas fondlarının istifadəyə verilməsi anında onların ilkin dəyəri bərpa dəyəri ilə üst-üstə düşür. Lakin sonralar – mənəvi köhnəlmə və inflyasiya ilə əlaqədar olaraq – ilkin dəyər dəyişir, çünki istehsal şəraitinin özü dəyişir. Qiymətləndirmənin bu metodu ilkin dəyər üzrə qiymətləndirmədə – şəraitin dəyişməsi ilə əlaqədar – qeyd edilən çatışmazlığı aradan qaldırır. Lakin əsas fondların bərpa dəyəri üzrə qiymətləndirilməsi xeyli əmək tutumludur, vəsait və vaxt tələb edir. Ona görə də, əsas fondların bərpa dəyərində görə yenidən qiymətləndirilməsi vaxtaşırı aparılır.

Köhnəlmə nəzərə alınmaqla ilkin və ya bərpa dəyəri üzrə qiymətləndirmə, başqa sözlə, qalığ dəyəri ilə qiymətləndirmə əsas fondların hələ məhsulun üzərinə keçirilməyən, başqa sözlə, onun amortizasiya olunmamış dəyərini əks etdirir.

Əsas fondların qalığ dəyərində görə qiymətləndirilməsində məqsəd onun istehsal prosesi zamanı hələ məhsul üzərinə keçirmədiyi dəyərin həcmi, başqa sözlə, həmin məqam üçün faktiki dəyərini müəyyən etməkdir. Qalığ dəyəri əsas fondun ilkin və həm də bərpa dəyərində görə hesablanı bilər.

Əsas fondların göstərilən metodlardan hər biri ilə qiymətləndirilməsi müəyyən praktiki əhəmiyyətə malikdir. İlkin dəyər ilə qiymətləndirmə əsas fondların yaradılmasına çəkilən xərclərin ölçüsünü müəyyən etməyə imkan verir və amortizasiya ayırmalarının kəmiyyətini müəyyən etməyin əsasıdır. Köhnəlmə nəzərə alınmaqla ilkin dəyər ilə qiymətləndirmə əsas fondların köhnəlmə dərəcəsini bilməyə və hələ məhsulun üzərinə keçirilməyən dəyərin kəmiyyətini müəyyən etməyə imkan verir. Bərpa dəyəri ilə qiymətləndirmə əsas fondların həcm dinamikasını və müasir şəraitdə onların təkrar istehsalının dəyərini səciyyələndirir. Nəhayət, köhnəlmə nəzərə alınmaqla bərpa dəyəri ilə qiymətləndirmə mövcud əsas fondların faktiki dəyərini müəyyən etməyə imkan verir. Nəhayət, köhnəlmə nəzərə alınmaqla bərpa dəyəri ilə qiymətləndirmə mövcud əsas fondların faktiki dəyərini müəyyən etməyə imkan verir. Nəhayət, köhnəlmə nəzərə alınmaqla bərpa dəyəri ilə qiymətləndirmə mövcud əsas fondların faktiki dəyərini müəyyən etməyə imkan verir. Nəhayət, köhnəlmə nəzərə alınmaqla bərpa dəyəri ilə qiymətləndirmə mövcud əsas fondların faktiki dəyərini müəyyən etməyə imkan verir.

İstehsal əsas fondlarının ilkin dəyəri ilə qalığ dəyəri arasındakı fərq onun köhnəlmə məbləğini – istehsal olunmuş məhsul üzərinə keçirmiş olduğu dəyər kütləsini müəyyən edir. Bu fərqin, daha doğrusu, köhnəlmə məbləğinin istehsal əsas fondlarının tam ilkin dəyərində nisbəti isə əsas fondun köhnəlmə əmsalını (dərəcəsini) müəyyən edir.

Əsas fondların təkrar istehsal prosesi istehsal fəaliyyətinin və onun səmərəliliyinin əsası təşkil edir. Onların hərəkəti təsərrüfata rəhbərliyin bütün səviyyələrində tənzimlənir və bu prosesə nəzarət olunur. **Əsas fondların təkrar istehsal xarakteristikası onların artması, təzələnməsi və sıradan çıxması göstəriciləri vasitəsilə təhlil olunur və öyrənilir.**

Artma əmsalı baxılan dövrdə əsas fondların artımını əks etdirir və yeni istifadəyə verilmiş əsas fondların dəyərini ilkin dövrdə olan əsas fondların dəyərində nisbəti kimi müəyyən edilir.

İstehsal aparatının yeniləşməsi **təzələnmə (yeniləşmə) əmsalı** ilə müəyyən olunur və bu əmsal yeni istifadəyə verilmiş əsas fondların dəyərini ilin axırına olan əsas fondların dəyərinə nisbətini əks etdirir. Əsas fondların artma və təzələnmə göstəriciləri qarşılıqlı əlaqəli kəmiyyətlərdir: artma əmsalının yüksəlməsi təzələnmə əmsalının artmasına və əksinə, təzələnmə əmsalının çoxalması artma əmsalının yüksəlməsinə səbəb olur.

Əsas fondların **sıradan çıxma** əmsalı baxılan dövrdə istifadədən çıxmış əsas fondların dəyərini ilin əvvəlinə olan əsas fondların dəyərinə nisbəti kimi hesablanır.

3. Əsas fondların köhnəlməsi və amortizasiyası

Əsas fondlar özlərinin dəyər və istehlak dəyərini tədricən itirməklə köhnəlir: onlar fiziki aşınmaya və mənəvi köhnəlməyə məruz qalırlar.

İstehsal əsas fondları həm istifadə zamanı və habelə boşda-yanmalar vaxtı özünün texniki-istismar xassələrini itirir – belə köhnəlmə (aşınma) fiziki köhnəlmə adlanır.

Göründüyü kimi, əsas fondlar həm işlədikləri və həm də istismar olunmadıqları halda fiziki cəhətdən köhnəlirlər. Lakin hər iki halda, qüvvədə olan qaydaya görə, əsas fondların dəyəri amortizasiya normasına müvafiq olaraq yaradılan məhsulun üzərinə keçirilir. Buna görə də, əsas fondlardan məhsuldar istifadə (istismar) zamanı onların fiziki köhnəlməsi həm də iqtisadi köhnəlmədir. Başqa sözlə, **əgər əsas fondların dəyərini yaradılan məhsul üzərinə keçirilməsi onların istifadəsi ilə bir zamanda baş verirsə, bu, həm fiziki və həm də iqtisadi köhnəlmədir.** Əgər əsas fondlar işləmədiyi halda təbii təsirlərdən köhnəliyə, dəyərini yaradılan məhsul üzərinə keçirilməsinə baxmayaraq, bu, yalnız fiziki köhnəlmədir və bu halda iqtisadi köhnəlmə baş vermir – formal şəkildə baş verir. Avadanlığın fiziki köhnəlmə dərəcəsi bir çox amillərdən: onun hazırlandığı materialın konstruksiyasından və keyfiyyətindən, istehsalın tipindən, texnoloji proseslərin xüsusiyyətlərindən və s. asılıdır.

Əsas fondlar, əslində onun yalnız aktiv ünsürləri, mənəvi cəhətdən də köhnəlir. Mənəvi köhnəlmə ya aktiv ünsürlərin təkrar istehsalının ucuz başa gəlməsi, ya da əvvəlkilərə nisbətən daha məhsuldar

maşın və avadanlıqların yaradılması və tətbiqi nəticəsində baş verir. Əgər maşın və avadanlıqları dəyər baxımından mənəvi köhnəlməyə məruz qalırsa, belə köhnəlməni aradan qaldırmaq mümkün olmur və bu cür köhnəlmiş əmək aləti fiziki cəhətdən yararlıdırsa, onun istehsaldan çıxarılması zərurəti yaranmır.

Məhsuldarlıq baxımından mənəvi köhnəlməyə məruz qalmış əmək vasitələrinin aktiv ünsürlərinin konstruksiyasında müəyyən dəyişiklik etmək yolu ilə, başqa sözlə, modernləşdirməklə (yeni avadanlığın köhnəyə nisbətən ucuz başa gəlməsi nəticəsində mənəvi köhnəlməni modernləşdirmə yolu ilə aradan qaldırmaq mümkün deyil), yəni texniki parametrlərini (güc, sürət, yükötürmə və s.) yaxşılaşdırmaqla, onları yeni «nüsxə» səviyyəsinə qaldırmaq mümkün olur. Modernləşdirmə mümkün olmayan və ya iqtisadi cəhətdən səmərə verməyən halda köhnə avadanlıq yenisi ilə əvəz edilir. Lakin **mütərəqqi texnika mənəvi cəhətdən köhnəlmiş, fiziki cəhətdən isə hələ yararlı olan öz «sələfini» yalnız o vaxt sıxışdırıb istehsaldan çıxara bilər ki, yeninə məhsuldarlığı hesabına əldə edilən əlavə səmərə köhnənin məhsul üzərinə hələ keçirmədiyi dəyərindən çox olsun.**

İstehsal əsas fondları fiziki, mənəvi və iqtisadi köhnəlmə ilə yanaşı sosial cəhətdən də köhnəlirlər. Belə köhnəlmə, köhnə avadanlıqlara nisbətən istismarı fəhlə üçün daha rahat və cazibədar olan (səssiz, təhlükəsiz və s.) yeni avadanlıqların əmələ gəlməsində özünü göstərir.

Qeyri-maddi aktivlər əsas fondların bir növü kimi köhnəlmənin bütün növlərinə məruz qalırlar. Qeyri-maddi aktivlərin fiziki əsasları olmadığından, onlar fiziki cəhətdən köhnələ bilməzlər; onlar yalnız mənəvi cəhətdən köhnəlirlər – mükəmməl və ucuz layihələr yarandığı hallarda əvvəlki mənəvi cəhətdən köhnəlirlər. Qeyri-maddi aktivlər – hesablaşmanın mürəkkəbliyi və çətinliyinə görə – bərpa dəyəri ilə qiymətləndirilmir. Onlar yalnız ilkin və qalıq dəyərinə görə planlaşdırılır və uçota alınirlar.

Əsas fondlar fiziki cəhətdən qismən və tam köhnəlirlər. Onların fiziki cəhətdən qismən köhnəlməsi cari, orta və əsaslı təmirə aradan qaldırılır. Hazırda müəssisələrdə bütün təmir işlərini (cari, orta və əsaslı) maliyyələşdirmə üçün **təmir fondu yaradılır.** Bu fond bir il üçün və il ərzində məhsulun maya dəyərinə daxil edilən xərclərin hesabına formalaşır, yəni bütün təmir xərcləri cari xərclərə aid edilir.

Cari təmir əsas fondları lazımı texniki istismar vəziyyətində saxlamaq üçün və həm də qısa vaxt ərzində aparılır.

Orta təmir zamanı maşın və avadanlıqlar qismən sökülür, onun işlənilib korlanmış hissələri yenisi ilə əvəz olunur. Bu iş nisbətən əməkəttutumlu olduğundan, cari təmirə nisbətən çox vaxt tələb edir.

Əsaslı təmir – maşın və avadanlıqların tam sökülməsi, köhnəlmiş hissə və qovşaqların dəyişdirilməsi, detalların təmizlənməsi, yığılması və nizamlanması ilə əlaqədar işləri əhatə edir. Onun aparılması praktikasında bəzən avadanlığın modernləşdirilməsi işi də həyata keçirildiyindən və, bununla əlaqədar olaraq, əmək vasitəsinin istismar keyfiyyəti və məhsuldarlığı yüksəlmiş olduğundan, əsaslı təmiri əsas fondların geniş təkrar istehsalına da aid etmək olar.

Əsas fondların öz konstruksiyasının mürəkkəbliyinə görə fərqlənən üsürlərinin təmir tezliyi, başqalarına nisbətən daha çox olur. Məsələn, metal emal edən avadanlığın konstruksiyasına daxil olan hissə və bağlamaların ömür müddətləri və işlədikləri şərait müxtəlif olduğundan onların dəyişdirilməsi və bərpası vaxtları üst-üstə düşür. Məhz bu, icrasının texniki mürəkkəbliyinə görə təmir işlərinin təsnifləşdirilməsində mütləq nəzərə alınır.

Təmir işləri özünün texniki mürəkkəbliyinə görə aşağıdakı növlər üzrə təsnifləşdirilir:

- a) texniki qulluq;
- b) təmirərarası xidmət;
- c) müayinələr;
- d) kiçik təmir;
- e) orta təmir;
- f) əsaslı təmir.

Qeyd etmək lazımdır ki, xüsusi hallarda – təbii hadisə və habelə avadanlığın uzun müddət fəaliyyətsiz qalması ilə əlaqədar olaraq – bərpa təmiri də həyata keçirilir.

Əsas fondlar fiziki cəhətdən qismən köhnəldikdə, cari, orta və əsaslı təmir edilir, tam köhnəldikdə isə onlar yeniləri ilə əvəz olunurlar. **Fiziki cəhətdən köhnəlmiş, əsaslı təmir vasitəsilə bərpası iqtisadi cəhətdən sərfəli olmayan əsas fondlar istehsaldan çıxarılır və yenisi ilə əvəz edilir.** Əsas fondların yeniləşdirilməsi üçün maliyyə mənbəyi amortizasiya fondudur. Amortizasiya, köhnəlmə dərəcəsin-

dən asılı olaraq, əsas fondun dəyərindən istehsal olunan məhsul üzərinə keçən hissədir ki, bu da istehsal olunmuş məhsul satıldıqca toplanır, müəssisənin maliyyə resursuna çevrilir.

Amortizasiya ayırmaları əsas fondların bütün xidmət müddətində onların balans dəyərindən (ilkin və ya bərpa) faizlə birqərarda (eyni vaxtda bir eyni məbləğdə) müəyyən edilə bilər. Amortizasiya ayırmaları əsas fondların istismarda, təmirdə olmasından və ya boş dayanmasından asılı olmayaraq onların dəyərinə görə faizlə hesablanır.

Müəssisə və firmalarda amortizasiya siyasəti amortizasiya normaları əsasında həyata keçirilir. Düzgün hesablanmış amortizasiya normaları əsas fondların hərəkətini (dövriyyəsinə) sürətləndirir, onların təkrar istehsal prosesini intensivləşdirir.

Əgər amortizasiya əsas fondun ilkin dəyəri əsasında hesablanırsa, amortizasiya norması aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanı bilər:

$$N = \frac{F - L}{T \times F} \times 100$$

Burada, N – amortizasiya norması, faizlə

F – əsas fondun ilkin dəyəri, man.;

L – əsas fondun ləğv olunma dəyəri, man.;

T – əsas fondun faydalı istifadə müddəti, il.

Amortizasiya normalarına texniki tərəqqinin sürəti və istiqaməti həlledici dərəcədə təsir göstərir.

Hazırda ölkədə bazar iqtisadiyyatının tələbləri nəzərə alınaraq istehsal əsas fondlarının amortizasiyasının hesablanmasının açıq metodu tətbiq edilir. Bu metodun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, dövlət amortizasiya normasının yuxarı həddini müəyyən edir və bu həddən aşağı müəssisə istədiyi amortizasiya normasını tətbiq edə bilər. Eyni zamanda, istehsal əsas fondlarının bütövlükdə müəyyən qrupu üzrə amortizasiya normasının yuxarı həddi müəyyən edilir və qeyd olunan hədd daxilində müəssisə, bu qrupa daxil olan əsas fondlara istənilən amortizasiya normasını tətbiq edə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, əsas fondların dəyərindən istehsal olunan məhsulun üzərinə keçirilməsinin birqərarlığına görə amortizasiya normaları eyni vaxt vahidi üçün eyni faiz dərəcəsi (mütənasib) və qeyri-bərabər (qeyri-mütənasib) faiz dərəcələrinə bölünürlər. Məsələn, qeyri-

bərabər faiz dərəcəli amortizasiya normaları müxtəlif üsullarla realizə oluna bilər – əsas fondların amortizasiya ilə silinən dəyəri müəyyən prinsiplərlə və ya xüsusi qrafiklərə uyğun olaraq dəyişə bilər.

Əsas fondların «köhnələn» dəyərini silinməsi, habelə, normal, sürətləndirilmiş və ləngidilmiş metodları vasitəsilə aparıla bilər. Köhnəlmənin sürətli silinməsinin ən sadə, lakin yeganə olmayan üsulu amortizasiya müddətinin mümkün qədər azaldılmasıdır.

Amortizasiya ayırmalarının məbləğini müəyyən edərkən mühüm iqtisadi məsələlərdən biridə amortizasiya müddətində pulun dəyərinin dəyişkən olmasının nəzərə alınmasıdır. Amortizasiya məbləğinin müəyyən edərkən bəzi metodlar bu məsələni nəzərə alır, lakin nəzərə alınmayan metodlarda vardır.

Əsas fondların «köhnələn» dəyərini onun ilkin (və ya bərpa) dəyərindən silinməsinin sürətləndirilmiş metodunda əsas fondun istismarının ilk illərində onun dəyəri daha «ciddi» amortizasiya normalarına məruz qalır, bununla əlaqədar maya dəyərini «giriş» və mənfəətin vergi qoyulan kütləsi azalır. Lakin əsas fondların istismarının qalan illərində amortizasiya normaları azaldılır, nəticədə mənfəətin vergiyə məruz qalan məbləği artır. Beləliklə amortizasiyanın sürətləndirilmiş metodunun tətbiqi mənfəətin vergi qoyulan əsas hissəsi vaxt etibarilə sonrakı dövrlərə keçirilir. Pulun vaxta görə dəyərini nəzərə alınması verginin verilməsi üzrə firmanın cari xərclərini azaldır.

Hazırda qruplar üzrə illik amortizasiya normaları aşağıdakı kimi müəyyən edilir:

- binalar, tikililər və qurğular – 7 faizədək;
- maşın, avadanlıq və hesablama texnikası – 25 faizədək;
- nəqliyyat vasitələri – 25 faizədək;
- iş heyvanları – 20 faizədək;
- geoloji-kəşfiyyat işlərinə və təbii ehtiyatların hasilatına hazırlıq işlərinə çəkilən xərclər – 25 faizədək;
- qeyri-maddi aktivlər üzrə istifadə müddəti məlum olmayanlar üçün 10 faizədək, istifadə müddəti məlum olanlar üçün isə illər üzrə istifadə müddətinə mütənəsb məbləğlərlə;
- digər istehsal əsas fondları – 20 faizədək.

Azərbaycan Vergi Məcəlləsinə əsasən əsas fondların kateqoriyaları üzrə amortizasiya ayırmaları yuxarıda müəyyənləşdirilmiş amor-

tizasiya normasını müvafiq aid əsas fondların ilin sonuna qalıq dəyərində tətbiq etməklə hesablanır. Əsas fondların əvvəlki ilin sonuna qalıq dəyərində (həmin il üçün hesablanmış amortizasiya məbləği çıxıldıqdan sonra qalan dəyər) cari ildə daxil olmuş əsas fondların dəyəri, habelə cari ildə Vergi Məcəlləsinə əsasən müəyyən edilən təmir xərclərinin məhdudlaşdırmadan artıq olan hissəsi əlavə edilməklə əsas fondun ilin sonuna qalıq dəyəri hesablanır. İlin sonuna qalıq dəyəri 100 manatdan və ya ilkin dəyərin 5 faizindən az olduqda əsas fondun qalıq dəyəri tamamilə məhsulun maya dəyərində daxil edilir.

Bütün bunlara görə də, müəssisənin özünün amortizasiya siyasəti olur və amortizasiya ayırmalarının hesablanması müxtəlif metodları tətbiq edilir. **Müəssisədə düzgün amortizasiya siyasətinin işlənilməsi və həyata keçirilməsi əsas fondların iqtisadi cəhətdən məqsədə uyğun xidmət müddəti müəyyən olunmalıdır.** Bu xidmət müddəti bir sıra iqtisadi və texniki amillər nəzərə alınmaqla hesablanmalıdır. Onlara aşağıdakılar aiddir: əsas fondların texniki-konstruktiv və maddi-əşya xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilən fiziki köhnəlməsi; işləyən əsas fondların və ilk növbədə, maşın və avadanlıqların mənəvi köhnəlməsi; maşın və avadanlıqların əsaslı təmirinə, modernləşdirilməsinə və onların əvəz edilməsinə çəkilən xərclərin müqayisəli səmərəliliyi.

İstehsal əsas fondlarının amortizasiyasının məqsədi istifadə edilən əsas fondların tam həcmdə sadə təkrar istehsalını təmin etməkdir. Lakin əsas fondlardan istifadə müddətinin xeyli uzun olması, əvvəllər buraxılmış əmək vasitələrinin təkrar istehsal qiymətinin dəyişməsi amortizasiya fondundan vəsaitlərin səmərəli xərclənməsini tələb edir.

4. Əsas fondlardan istifadə göstəriciləri

İstehsal firması və ya müəssisənin iqtisadi inkişafına və onun maddi-texniki bazasının möhkəmləndirilməsinə əsas fondların yalnız geniş təkrar istehsalı ilə deyil, həm də mövcud əsas fondlardan istifadə səmərəliliyini yüksəltməklə nail olmaq mümkündür. **İstehsal əsas fondlarından istifadə edilməsinin səmərəliliyi bir sıra göstəricilərlə xarakterizə olunur. Bu göstəricilər ümumiləşdirici (iqtisadi) və xüsusi (texniki və texniki-iqtisadi) göstəricilərə bölünür.**

Firmaların istehsal əsas fondlarından istifadəni səciyyələndirən iqtisadi (ümumiləşdirici) göstəriciləri bir çox texniki-təşkilati və iqtisadi

amillərdən asılıdır və əsas fondlardan istifadənin son nəticəsini xarakterizə edir. Buraya fondverimi və fondtutumu göstəriciləri aid olunur.

Firma üzrə fondverimi həcm göstəricilərindən birinin – əmtəlik, ümumi və ya xalis məhsulun istehsal əsas fondlarının orta illik dəyərinə nisbəti kimi müəyyən edilir və bu, əsas fondların bir manatına düşən məhsul buraxılışını özündə əks etdirir. Fondverimi nə qədər yüksək olarsa, əsas fondlardan bir o qədər yaxşı istifadə olunur.

Fondverimi (F_v) göstəricisi aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$F_v = \frac{V}{F_{\text{əs}}}$$

Burada, V – il ərzində istehsal edilən məhsulun dəyəri, manatla;

$F_{\text{əs}}$ – istehsal əsas fondlarının orta illik dəyəri, manatla.

İstehsal əsas fondlarının orta illik dəyəri onların ilin əvvəlinə və axırına olan dəyərlərinin yarısı kimi müəyyən edilir. Lakin bu qayda-da hesablama zamanı il ərzində istismara verilmiş əsas fondların hansı aylardan istifadə olunması nəzərə alınmır və əsas fondların orta illik dəyəri təhrif edilir. Buna görə də əsas fondların orta illik dəyərinin hər rübün əvvəlinə və axırına dəyərlərinin yarısını toplayıb ildəki rüblərin sayına, yəni 4 rəqəminə bölməklə hesablamaq daha düzgün olardı. Bu zaman müəssisələrin balansında olan, bütün istehsal əsas fondları (konservasiyada, ehtiyatda, əsaslı təmirdə, modernləşdirmədə və s.) hesaba alınır.

Fondverimi göstəricisinin əksi olan göstərici fondtutumu adlanır və buraxılan məhsulun hər manatına düşən istehsal əsas fondlarının (dəyərə görə) miqdarından ibarətdir. Fondtutumu (F_t) aşağıdakı kimi hesablanır:

$$F_t = \frac{F_{\text{əs}}}{V}$$

Fondverimini daha ətraflı təhlil etmək, onu yüksəltməyin ehtiyat mənbələrini aşkara çıxarmaq üçün müəssisənin texniki-texnoloji xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla əlavə göstəricilərdən də istifadə olunur. Məsələn, çuqun, polad, prokat, neft, qaz, kömür, sement, elektrik enerjisi və s. kimi standart məhsulların istehsalında həmin məhsulların buraxılışı həcmnin istehsal əsas fondlarının bir (100, 1000) manatına görə natural ifadədə müəyyən etmək olar. Fond-

verimi göstəricisi istehsal əsas fondlarının ən aktiv hissəsinə – texnoloji avadanlıqlara görə də müəyyən oluna bilər.

Bütövlükdə, firmada fondverimi göstəricisini təhlil edərkən onun (firmanın) aid olduğu sahənin xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır, çünki ayrı-ayrı sahələr üzrə fondveriminin səviyyəsi geniş amplitudada tərəddüd edir. Məsələn, yüngül və yeyinti sənaye sahələrinin müəssisələrində orta illik istehsal əsas fondlarının hər manatına məhsul buraxılışı öz məbləğinə görə, sənaye üzrə orta hesabla məhsul buraxılışından müvafiq surətdə təqribən 2 - 4 dəfə çox, hasilat sahələrindəkinə, elektrik və istilik enerjisi istehsallarındakına nisbətən isə təqribən 2 - 3 dəfə az olur.

Fondverimi göstəricisi istehsal əsas fondlarından istifadə səviyyəsini səciyyələndirir. Lakin, məsələn, o, əmtəlik məhsula görə hesablanırsa, bu halda fondverimi göstəricisi məhsul istehsalına çəkilən xərclərin nisbi qənaətini nəzərə almır. İstehsal xərclərində əsas fondların amortizasiyası sənaye müəssisələri üzrə orta hesabla təqribən 10 faizə qədər olur, lakin əsas fondlar istehsal prosesinin maddi əsası olduğuna görə xeyli dərəcədə əmək predmetlərinə və canlı əməyə qənaəti müəyyən edir. Halbuki xammala, materiallara, yanacağa və elektrik enerjisinə, həmçinin əmək haqqına qənaət fondverimi göstəricisinin ancaq məhsul buraxılışının artmasına təsir edən hissəsində əks olunur. Bu qənaətin üstünlük təşkil edən qalan hissəsi isə fondveriminin səviyyəsində öz əksini tapmır. Halbuki real şəraitdə xammala və başqa əmək predmetlərinə qənaət etmək, əməyi mexanikləşdirmək, iş şəraitini yaxşılaşdırmaq və bunun nəticəsində əmək məhsuldarlığını yüksəltmək üçün əlavə avadanlıq istifadəyə vermək iqtisadi cəhətdən sərfəli olur.

Buna görə də fondverimi göstəricisinin xalis məhsul əsasında hesablanması daha məqsəduyğundur. Bundan başqa, fondverimi səviyyəsinin əməyin fondla silahlılığı (istehsal heyətinin hər nəfərinə düşən əsas fondların dəyəri) və əmək məhsuldarlığının (istehsal heyətinin hər nəfərinə düşən məhsulun dəyəri) artması nisbəti, məhsulun maya dəyərinin azalması və onun keyfiyyətinin yaxşılaşması, mənfəətin və rentabelliyin artması ilə müşayiət olunmalıdır.

Fondverimi göstəricisinin, əmək məhsuldarlığı və əməyin fondla silahlılığı ilə birlikdə öyrənilməsi və təhlili əsas fondlardan

istifadə haqqında daha geniş təsəvvür yaradır. Çünki əməyin fondla silahlılıığı, əmək məhsuldarlığı və fond verimi arasında müəyyən qarşılıqlı kəmiyyət asılılığı vardır. Başqa şərtlər eyni qaldıqda həmin göstəricilərdən ikisinin dəyişməsi üçüncünün dəyişmə istiqamətini və kəmiyyətini müəyyən edir.

Əmək məhsuldarlığı, əməyin fondla silahlılıığı və fondverimi göstəriciləri arasındakı asılılığı aşağıdakı kimi ifadə etmək olar:

$$F_v = \frac{V}{F_{\text{əs}}} \quad \Theta_m = \frac{V}{\dot{I}} \quad F_s = \frac{F_{\text{əs}}}{\dot{I}}$$

Burada, Θ_m – əmək məhsuldarlığı;

F_s – əməyin fondla silahlılıığı;

\dot{I} – fəhlələrin sayı;

V – məhsulun həcmi.

Gətirilən düsturlardan görünür ki, hər 3 göstəricini biri-birilə bağlayan, onlar arasında əlaqə yaradan istehsal amili daha doğrusu bu amilin kəmiyyəti dayanır: fondverimi ilə (F_v) əmək məhsuldarlığı (Θ_m) üçün ortağ məhsulun həcmi, əmək məhsuldarlığı (Θ_m) ilə fondsilahlılıığı (F_s) arasında işçilərin sayı və, nəhayət, fondverimi ilə (F_v) fondsilahlılıığı (F_s) arasında isə əsas fondların dəyəridir.

Əgər əmək məhsuldarlığı fəaliyyətin nəticəsidirsə, səmərəsidirsə, əməyin fondla silahlılıığı nəticənin əlaqədar olduğu xərçedir; onların müqayisəsi isə səmərəlilikdir. Həmin müqayisə vasitəsilə fondverimini aşağıdakı kimi müəyyən etmək olar:

$$F_v = \frac{\Theta_m}{F_s} = \frac{V}{\dot{I}} : \frac{F_{\text{əs}}}{\dot{I}} = \frac{V}{F_{\text{əs}}}$$

Deməli, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, fondveriminin artması əmək məhsuldarlığı ilə əməyin fondla silahlılığının nisbətindən asılıdır: əmək məhsuldarlığının əməyin fondla silahlılığına nisbətən üstünlüklə artması əsas fondlardan istifadə səviyyəsini (fondverimini) yüksəldir.

İstehsal əsas fondlarından, daha doğrusu, onun aktiv hissəsi olan istehsal avadanlıqlarından istifadə edilməsinin səmərəliliyini xarakterizə edən xüsusi (texniki) göstəricilər müxtəlif amillərdən, məsələn, vaxtdan, gücdən (vaxt vahidində), təzələnmə dərəcəsindən və s. asılı olaraq əsas fondlardan istifadə səviyyəsini xarakterizə edir.

Avadanlığın ekstensiv yüklənməsi əmsalı (K_{ekst}) ondan vaxta görə istifadə səviyyəsini xarakterizə edir və eynitipli avadanlığın hər bir qrupu üzrə aşağıdakı düsturla müəyyən olunur:

$$K_{\text{ekst}} = \frac{F_{f.v}}{F_n}$$

Burada, $F_{f.v}$ – avadanlığın faktiki iş vaxtı, saatla;

F_n – avadanlıqdan mümkün istifadə vaxtıdır (rejim, plan və ya həqiqi vaxt fondu), saatla.

Avadanlıqdan vaxta görə (ekstensiv) istifadənin digər mühüm göstəricilərindən biri də növbəlilik əmsalıdır. Avadanlığın işinin faktiki növbəlilik əmsalı gün (sutka) ərzində müəssisənin, sexin avadanlıqları tərəfindən işlənmiş dəzgah-növbələrin sayının qurulmuş avadanlıqların sayına nisbəti kimi müəyyən edilir:

$$K_{\text{növ}} = \frac{h_1+h_2+h_3}{S_{\text{ü}}}$$

Burada, h_1, h_2, h_3 – I, II, III növbələrdə faktiki işlənmiş dəzgah-növbələrin sayı;

$S_{\text{ü}}$ – müəssisədə, sexdə qurulmuş avadanlıqların ümumi miqdarıdır.

Növbəlilik əmsalı avadanlıqlardan gücə görə istifadə səviyyəsi haqqında təsəvvür yarada bilmir. Bütün növbə boyu işləyən avadanlığın texniki gücündən necə istifadə edilməsini növbəlilik əmsalı ilə öyrənmək mümkün deyil, çünki həmin göstərici avadanlığın yalnız vaxtından istifadəni xarakterizə edir. Belə bir çatışmamazlığa baxmayaraq, növbəlilik əmsalının vaxtaşırı hesablanması və təhlili avadanlıqlardan vaxta görə istifadə prosesini idarə etmək üçün çox vacibdir.

Maşın və avadanlığın güclərinə və məhsuldarlığına görə istifadə səviyyəsi intensiv istifadə əmsalı (K_{int}) adlanan xüsusi (texniki) göstərici ilə xarakterizə olunur ki, bu da aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$K_{\text{int}} = \frac{t_{\text{vn}}}{t_f}$$

Burada, t_{vn} – məhsul (iş) vahidi üçün texniki cəhətdən əsaslandırılmış vaxt norması;

t_f – məhsul (iş) vahidinin hazırlanması üçün faktiki sərf olunmuş vaxtdır.

Vaxta və gücə görə maşın və avadanlıqdan istifadənin inteqral əmsalı (K_u) yuxarıda hesablanmış iki əmsalın – K_{int} və K_{ekst} – nin hasili kimi tapılır:

Əsas fondların aktiv hissəsi olan maşın və avadanlıqlardan istifadəni səciyyələndirən xüsusi (texniki) göstəricilərin hesablanmasını şərti bir misal ilə izah edək.

Dəzgah-növbə dedikdə 1 avadanlığın növbə ərzində nə qədər işlənməsindən asılı olmayaraq 1 növbə işləməsi başa düşülür. Məsələn, əgər müəssisədə quraşdırılmış 240 dəzgahdan 1-ci növbədə 200-ü, 2-ci növbədə 180-i və 3-cü növbədə 160-ı işləmişdirsə, deməli firmanın quraşdırılmış avadanlıqları gün ərzində 540 dəzgah-növbə işləmişlər.

$$K_u = K_{ekst} \cdot K_{int}$$

Fərz edək ki, 3 növbəli iş rejimində işləyən müəssisədə 20 avadanlıq quraşdırılmışdır. Onlar ay ərzində 14400 saat işləməlidirlər (20x3x8x30). Bu vaxt ərzində – 1 detalın istehsalına vaxt norması 5 saat olduğundan – 2880 ədəd detal istehsal olunmalıdır. Lakin ay ərzində faktiki olaraq I növbədə 18, II növbədə yenə 18, III növbədə isə 14 avadanlıq işləmişdir. Ona görə də avadanlıqların işlədikləri faktiki işlənmiş dəzgah növlərin sayı 12000-ə bərabər olsada 2800 ədəd detal istehsal etmək mümkün olmuşdur – hər birinə 5 saat əvəzində 4 saat 15 dəqiqə vaxt sərf edilmişdir.

Yuxarıda gətirilən məlumatlara görə avadanlıqlardan:

- ekstensiv istifadə əmsalı 0,83 olmuşdur (12000:14400);
- intensiv istifadə əmsalı 1,13 olmuşdur (5 saat:4 saat 15 dəqiqə);
- inteqral hesablama əmsalı isə 0,94-ə bərabər olmuşdur (0,83x1,13).

Göründüyü kimi avadanlıqlardan vaxta görə istifadə (ekstensiv) o qədər qənaətbəxş olmasada onun texniki imkanları yaxşı reallaşdırılmış və nəticədə inteqral istifadə göstəricisi pis olmamışdır.

İnteqral istifadə əmsalının yüksəldilməsi bütün istehsal prosesini əhatə edən tədbirlər kompleksi: qabaqcıl texnologiyanın tətbiqi, texnoloji proseslərin intensivləşdirilməsi; avadanlığın planlı boş dayanmasının azaldılması və plandankənar boş dayanmaların aradan qaldırılması.

rılması; avadanlığın qeyri-məhsuldar işinin ləğv edilməsi; xammal və materialın keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və s. ilə təmin edilir.

Praktikada avadanlığın əsas növlərindən istifadənin natural (texniki) göstəricilərindən də geniş istifadə edirlər. Bunlar müəssisənin texnoloji avadanlıqlarından istifadə dərəcəsini səciyyələndirən özünəməxsus göstəricilərdir. Məsələn, domna sobasının hər m^3 həcmindən alınan günlük çuqun istehsalı – sobanın faydalı həcmindən günlük istifadə əmsalı; marten istehsalında sobanın döşəməsinin hər m^2 sahəsindən alınan poladın miqdarı və s. Bu göstəricilər həm faktik iş vaxtına nisbətən və həm də təqvim vaxtına görə müəyyən edilə bilər. Göstəricilər faktiki iş vaxtına görə müəyyən ediləndə əsas fondlardan istifadənin səviyyəsini tam əks etdirir, çünki faktik iş vaxtına görə hesablama avadanlığın yüklənmə intensivliyini və bütün təqvim dövründə onun faktiki olaraq necə istifadə olunduğunu səciyyələndirir.

5. Firmanın istehsal gücü və onun hesablanması metodikası

İstehsal əsas fondlarından istifadənin səmərəlilik səviyyəsi öz əksini həm də istehsal gücündən istifadədə tapır. **Firmanın istehsal gücü – müəyyən dövr ərzində (məsələn, ay, rüb, il) elm və texnikanın ən yeni nailiyyətlərinin, mütərəqqi texnoloji proseslərin və qabaqcıl istehsalat təcrübəsinin geniş tətbiqi, əməyin və istehsalın təşkilinin təkmilləşdirilməsi əsasında, mövcud istehsal əsas fondlarından tam istifadə etməklə optimal nomenklaturada, çeşiddə və keyfiyyətdə müəyyən məhsul buraxılışı üzrə maksimum imkandır.** İstehsal gücü ayrı-ayrı sexlər, aqreqatlar, xətlər üzrə də müəyyən edilir.

İstehsal gücü istehsal bölmələrinin (müəssisə, sex, istehsal sahəsi, iş yeri) il ərzində məhsul buraxmaq üzrə maksimum imkanlarını xarakterizə edən, istehsal potensialını əsaslandırmaq üçün çox qiymətli və hesablama metodikası nisbətən mürəkkəb olan texniki-iqtisadi göstəricidir. Bu göstəricinin əhəmiyyəti istehsal potensialının əsaslandırılması ilə bitmir; onun vasitəsilə habelə mövcud olan istehsal əsas fondlarının imkanları aşkar edilir, investisiyaya ehtiyacın həddi müəyyən edilir. İstehsal gücünün düzgün hesablanması mühüm bir əhəmiyyəti də firmanın perspektiv üçün avadanlığa tələbatının real həddini və təchizat işinin həcmi aşkar etməkdir.

İstehsalı nəzərdə tutulan məhsulun həcmi ilə istehsal əsas fondlarının imkanını müqayisə etməklə əlavə istehsal gücləri və onların işə salınması üçün lazım olan əsaslı vəsait qoyuluşunun məbləğini müəyyən etmək olar. Faktiki məhsul buraxılışı həcmnin maksimum mümkün olan istehsal həcmi ilə müqayisəsi birbaşa istehsal güclərindən və dolayısı ilə istehsal əsas fondlarından istifadə səviyyəsini aşkar edir.

İstehsal gücləri müəssisədə sifarişlər zənbilinin realizə olunması, istehsalın həcmnin planlaşdırılmasında çox mühüm rol oynayır. İstehsal gücləri və onlardan istifadə dərəcəsi hər bir müəssisənin istehsal proqramını hazırlayarkən və əsaslandırarkən ilkin məlumat kimi istifadə olunur. Alınmış sifarişlərin yerinə yetirilməsi reallığı onun müvafiq texniki-iqtisadi hesablamalarla, xüsusən də istehsal güclərinin ölçüsü ilə əsaslandırmaq nəticəsində təmin edilir.

İstehsal gücü il üçün bütün məhsulun nomenklaturası üzrə hesablanır. Hər bir məhsul növü üzrə istehsal gücü—natural ölçü vahidlərində, ayrı-ayrı məhsul növləri üzrə isə – dəyər və natural ifadədə müəyyən edilir. Maşınqayırma və metal emalı müəssisələrində istehsal gücü konkret məhsul növlərinin buraxılışı üzrə hesablanmaqla yanaşı (planda qəbul edilmiş ölçü vahidində), həmçinin müqayisəli qiymətlərlə məhsul buraxılışı üzrə də müəyyən edilir. Geniş nomenklaturalı məhsul buraxan müəssisələrdə istehsal gücü hesablanarkən, mövqelərin iriləşdirilməsi, yəni konstruktiv və texnoloji cəhətdən yekcins məmulatların təmsil olunan məmulatlarla birləşdirilməsi mümkündür. Məmulat nomenklaturasının bir və ya bir neçə təmsil olunan məmulatla ölçülməsi, adətən, maşın vaxtı məsrəfləri və ya həmcins məhsulların hər növünə düşən norma-saat əsasında aparılır.

Yeni işə salınmış müəssisə, sex və aqreqatların istehsal gücü layihə gücünə bərabər qəbul edilir. İstehsal gücü əsas istehsalın aparıcı sexlərinin gücünə görə müəyyən edilir; çünki bu sexlərdə əsas texnoloji proseslər yerinə yetirilir və onlar hazır məhsul buraxılışının təmin olunmasında həlledici əhəmiyyətə malikdir. Müəssisənin istehsal gücü aparıcı sexlərdəki avadanlıqların sayı və məhsuldarlığından, onların ekstensiv və intensiv istifadə dərəcəsiindən, istehsalın və əməyin təşkili səviyyəsindən asılıdır. Müəssisənin istehsal gücünün reallaşdırılması məqsədilə həyata keçirilən tədbirlərin

tərkib hissəsindən biri ayrı-ayrı sexlərin istehsal gücləri arasındakı proporsionallığın təmin edilməsidir. Bu, bir sex tərəfindən ahəngdar şəkildə məhsul istehsalı, digəri tərəfindən isə tam və fasiləsiz şəkildə bu məhsulun istehlakı imkanını təmin edir. Məhdud imkanlı sahə, sex və avadanlıq qruplarının olması, yəni buraxılış qabiliyyəti aparıcı istehsal sexlərinin gücünə uyğun gəlməyən sexlər, sahələr, avadanlıq qrupları müəssisənin istehsal gücünün azaldılması üçün əsas ola bilməz. Müəssisədə belə yerləri aradan qaldırmaq üçün texniki-təşkilati tədbirlər işləyib hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi ədəbiyyatda 3 növ istehsal gücünü biri-birindən fərqləndirirlər:

- a) layihə gücü – tikinti layihəsinin texniki sənədlərində göstərilən istehsal gücü;
- b) cari istehsal gücü – mənimsənilmiş istehsal gücü;
- c) ehtiyat istehsal gücü

Sonuncu işin ən qızğın vaxtında istifadə edilir. Adətən o layihə gücündən az, cari istehsal gücündən isə çox olur. Ehtiyat istehsal gücünə ehtiyat avadanlıqların işə buraxılması ilə nail olunur.

İstehsal gücü müəyyən olunarkən müəssisənin ehtiyat və təcrübə-sınaq sahələrinin avadanlıqları da hesablamaya daxil edilir. Ehtiyatda olan avadanlıqlar istehsalın vaxtlı-vaxtında hazırlığını və yeni növ məhsul buraxılışının mənimsənilməsini asanlaşdırır, istehsalın çevikliyinə artırır, planın yerinə yetirilməsi gedişində meydana çıxan disproporsiyaların aradan qaldırılması problemini həll edə bilər.

Fasiləsiz istehsal prosesi əsasında işləyən müəssisələr üçün istehsal gücü - ildəki təqvim günlərinin sayı və günün uzunluğu əsasında hesablanır. Əsas sexləri iki və ya bundan az növbədə işləyən müəssisələr üçün istehsal gücü – avadanlığın ikinövbəli, bəzi müəssisələr üçün isə üçnövbəli iş rejimi əsasında müəyyən edilir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal proqramının formalaşması, onun müxtəlif resurslarla əsaslandırılması və qəbul olunmuş sifarişlərin yerinə yetirilməsi istehsal gücünün düzgün müəyyən edilməsindən asılıdır. Müəssisədə məhsul satışı imkanları qəbul olunmuş sifarişlərlə müəyyən edilsə, istehsal imkanları istehsal gücü vasitəsilə aşkarlanır. Bu baxımdan tələb və təklifin tarazlığının təmin olunması zəruriliyi ilə əlaqədar olaraq müəssisədə istehsal gücü düzgün müəyyən edilməlidir.

İstehsal gücü (onun ölçüsü) bir qrup müəyyənedici, təsiredici və həlledici amillərdən asılıdır. Bu amillərə istehsalın ictimai təşkili formaları (təmərkişləşmə, kombinələşmə, ixtisaslaşma, kooperativləşmə), istehsal avadanlıqlarının sayı və texniki mükəmməllik səviyyəsi, tətbiq edilən texnoloji istehsal üsulunun mütərəqqilik dərəcəsi və s. aid olunur. Lakin istehsal gücünü hesablayarkən yalnız onun həcminə təsiredici deyil, müəyyənedici və həlledici rol oynayan amillər nəzərə alınır. Həmin amillər aşağıdakılardır:

1. İl ərzində, istismara daxil edilən və istehsaldan götürülənləri nəzərə almaqla, qurulmuş avadanlıqların sayı;

2. İl ərzindəki dəyişikliklər nəzərə alınmaqla, istehsal meydançalarının sahəsi;

3. Avadanlığın vaxt fondu;

4. Avadanlığın qabaqcıl, texniki cəhətdən əsaslandırılmış məhsuldarlıq norması və məhsulun əmək-tutumluğu.

İstehsal proqramının əsaslandırılması üçün istehsal gücünü müəyyən edən avadanlıq qrupları və onların sayının düzgün nəzərə alınması əsas şərtlərdən biridir. Burada söhbət bütün avadanlıqların deyil, sex və ya istehsal sahələrinin aparıcı hesab olunan avadanlıq qrupları və onların saylarından gedir. O sex, sahə və ya avadanlıqlar qrupu aparıcı hesab edilir ki, əvvəla, onlar əsas texnoloji əməliyyatları yerinə yetirirlər, ikincisi, onlarda müəssisənin əsas fondunun aktiv hissəsinin və habelə əsas peşədən olan fəhlələrin böyük bir qismi təmərkişləşmiş və üçüncüsü, istehsal edilən məhsulun əmək-tutumunun xeyli hissəsi burada formalaşmış olsun.

Firmanın istehsal gücü hesablanarkən metodik baxımdan çox da mürəkkəb olmayan bir qaydaya riayət edilir: əvvəlcə aparıcı avadanlıqların istehsal gücü, sonra bunun vasitəsilə aparıcı istehsal sahəsinin və nəhayət, sonuncunun köməyilə aparıcı sexin istehsal gücü müəyyən edilir. Aparıcı sexin istehsal gücü isə istehsal firmasının istehsal gücü kimi qəbul olunur.

Firmanın istehsal gücünün bu qayda ilə hesablanması onun (istehsal gücünün) aparıcı (qabaqcıl) avadanlığa görə hesablanma metodu adlanır.

Aparıcı avadanlıq vahidinin istehsal gücü ($A_{v.i.g}$) aşağıdakı düsturun köməyilə hesablanır.

$$A_{v.i.g} = M_v \times V_f$$

Burada M_v – avadanlıq vahidinin məhsuldarlığı;

V_f – avadanlıq vahidinin vaxt fondudur.

Bundan sonra aparıcı istehsal sahəsinin istehsal gücü hesablanır.

Aparıcı istehsal sahəsinin istehsal gücü ($\dot{I}S_{i.g.}$) aşağıdakı düstur əsasında müəyyən edilir:

$$\dot{I}S_{i.g} = n \times A_{v.i.g} \text{ yaxud } \dot{I}S_{i.g} = n \times M_v \times V_f$$

Burada, n – aparıcı istehsal sahəsində quraşdırılmış aparıcı avadanlıqların sayıdır.

Əgər qabaqcıl sexdə yalnız bir növ məhsul istehsal olunursa bu halda **sexin istehsal gücü** ($TS_{i.g.}$) aparıcı istehsal sahəsinin gücünə bərabər kimi qəbul olunur; başqa sözlə,

$$TS_{i.g.} = \dot{I}S_{i.g.} \text{ hesab edilir.}$$

Əgər müəssisədə yalnız bir növ məhsul istehsal olunursa onda **müəssisənin istehsal gücü** ($M_{i.g.}$) aparıcı sexin istehsal gücünə bərabər sayılır:

$$M_{i.g} = \dot{I}S_{i.g.}$$

Nəhayət, əgər qabaqcıl sexdə bir deyil, bir neçə növdə məhsul istehsal olunursa onun istehsal gücü hər bir növ məhsul üzrə ayrılıqda hesablanır. Bu qaydadan müəssisənin də istehsal gücü hesablanarkən istifadə olunur.

Dünya təcrübəsində istehsal gücünün hesablanması daha başqa 2 metodundan da istifadə edilir:

1) Texnoloji avadanlıqları hərəkətə gətirən elektrik mühərriklərinin gücü əsasında istehsal gücünün hesablanması.

Bunun üçün aşağıda göstərilən düsturdan istifadə olunur:

$$E_m = E_{m.t.g.} \times V_f \times \Theta_{\zeta}$$

Burada, E_m – elektrik mühərriklərinin gücü əsasında hesablanmış istehsal gücü;

$E_{m.t.g.}$ – texnoloji avadanlıqları hərəkətə gətirən elektrik mühərriklərinin texniki gücü;

V_f – avadanlıqların iş vaxtı fondu;

Əç – texnoloji ehtiyaclar üçün istehlak olunmuş elektrik enerjisi həcmnin istehsal olunmuş məhsul həcminə çevirən əmsaldır.

Bu metodla istehlak olunmuş elektrik enerjisinin həcmi istehsal edilmiş məhsulun həcmindən birbaşa asılılıqda qəbul olunur. İstehsal gücünün hesablanması bu metodu nöqsanlıdır, qeyri-dəqiqdir. Belə ki, köhnə elektrik mühərriklərinin istehlak etdikləri elektrik enerjisinin həcmi istehsal olunmuş məhsulun həcminə, başqa sözlə, istehsal gücünə mütənəsb ola bilməz.

2) Ekspert qiymətləndirmə metodu.

Bu metod istehsal gücünün hesablanması üçün zəruri olan məlumatlar olmadığı halda istifadə edilir. Yaradılmış ekspert qrupu mövcud olan məlumatlar, özlərinin bilik və təcrübələri əsasında istehsal gücünü müəyyən edirlər.

Bu metoddan:

- a) yeni, analoqu olmayan məhsulun istehsalı zamanı;
- b) müəssisənin perspektiv inkişaf planı layihələndiriləndə;
- c) müxtəlif metodla hesablanmış istehsal gücləri müqayisə edildikdə istifadə olunur.

Müəssisənin istehsal gücünün hesablanmasında xüsusi diqqət tələb edən bir amil də avadanlığın vaxt fondudur. İstehsal gücü əmək alətlərinin, sadəcə olaraq, mexaniki güclərinin məcmusu deyildir; əmək alətlərinin texniki gücləri öz-özlüyündə hələ istehsal gücü ola bilməzlər, onlar yalnız canlı əməklə birləşdirildiyi təqdirdə istehsal gücünə çevrilə bilərlər. İstehsal gücünü texniki (mexaniki) gücdən fərqləndirən bir cəhət də, mexaniki gücün kəmiyyətinin avadanlığın vaxt fondundan asılı olmasıdır. İstehsal gücünün həcmi isə avadanlığın iş vaxtı fondu ilə müəyyən olunur. Başqa bir cəhət isə, istehsal gücünün həcminə istehlak edilən xammalın keyfiyyəti, fəhlələrin mədəni-texniki səviyyələri, istehsal olunan məhsulun texniki səviyyəsi təsir etdiyi və həmin amillər dəyişkən olduqlarından istehsal gücü də dəyişdiyi halda, avadanlığın texniki gücü hər hansı istismar şəraitində öz ölçüsünə görə nə artmır və nə də azalmır.

Avadanlığa məxsus, tərkibinə görə biri-birindən fərqli olan, müxtəlif vaxt fondları mövcuddur: təqvim vaxt fondu, rejim vaxt fondu, plan və ya maksimum mümkün vaxt fondu, faktiki işlənmiş vaxt fondu və nəhayət, işlənmiş dəzgah-növbələr.

Bunlardan istehsal gücünün hesablanması üçün ən realı rejim vaxt fondudur. Çünki bu vaxt fonduna iş günü olmayan istirahət və bayram günləri aid edilmir.

Beşgünlük iş həftəsi, 2 növbəli iş rejimində diskret (fasiləli) istehsallar üçün avadanlığın aylıq rejim vaxt fondu 360,8 saata (8,2 saat x 2 növbə x 22 gün) bərabər olur. Fasiləsiz istehsallar üçün rejim vaxt fondu təqvim vaxt fonduna bərabər olur və 720 saati (24 saat x 30 gün) təşkil edir.

İstehsal gücünün hesablamasında daha məsuliyyətli məqam avadanlıqdan mütərəqqi istifadə normasının müəyyən edilməsidir. Qabaqcıl texniki norma, vahid vaxt ərzində daha çox həcmdə məhsul istehsal etmək üçün avadanlığın texniki imkanından, mümkün olduqca, maksimum istifadəni nəzərdə tutur. Mütərəqqi texniki normalar avadanlığın ən yüksək məhsuldarlığını – maksimum məhsul istehsal etmək qabiliyyətini əks etdirdiyindən o, istehsal qabaqcıllarının nail olduqları normalar səviyyəsindən aşağı olmamalıdır. Belə bir vəziyyət yarandığı halda texniki normalara yenidən baxılmalı, daha doğrusu, yeniləri işlənilməlidir. Ona görə ki, mütərəqqi texniki normalar müəssisənin istehsal gücünə birbaşa təsir edən amildir. Belə ki, istehsal gücü mütərəqqi texniki normanın avadanlığın maksimum mümkün olan vaxt fonduna vurmaq yolu ilə tapılır.

Bütün normalar müəssisənin mövcud istehsal meydançasında istehsal gücünün maksimum mümkün olan ölçüsünü şərtləndirir.

İqtisadi ədəbiyyatda qeyd edilən amillər nəzərə alınaraq, müxtəlif sahələr üçün istehsal gücünün hesablanmasına müxtəlif metodlar tətbiq olunur. Bu metodlar, adətən, qurulmuş avadanlıqların və istehsal meydançasının maksimum yüklənməsi əsasında müəssisənin aparıcı istehsal sahələri və sexin istehsal güclərinin hesablanmasına əsaslanır.

Firmanın istehsal proqramının əsaslandırılması istehsal gücünün ilin hər hansı ayına, ilin əvvəlinə və ya axırına deyil, orta illik ölçüsü vasitəsilə aparılmalıdır. Firmanın orta illik istehsal gücünün ölçüsünü əsas fondların orta illik dəyərinin hesablanması metodunun tətbiqi ilə müəyyən etmək mümkündür. Lakin, iqtisadi ədəbiyyatda – mötəbərlik səviyyəsi yüksək olmasada – başqa bir qayda tövsüyə olunur: orta illik istehsal gücü ilin əvvəlinə mövcud olan istehsal gücünə il ərzində iş salınan istehsal gücünü əlavə etməklə, il ərzində istehsaldan

kənar edilən istehsal gücünün çıxılması yolu ilə hesablanılır. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$M_{o,q.} = M_{i.ə.} + \frac{M_d \times N_1}{12} - \frac{M_ç \times N_2}{12}$$

Burada, $M_{o,q.}$ – müəssisənin orta illik istehsal gücüdür;

$M_{i.ə.}$ – ilin əvvəlinə istehsal gücü;

M_d – il ərzində əlavə olunan istehsal gücü;

$M_ç$ – il ərzində ləğv olunan istehsal gücü;

N_1 və N_2 – müvafiq olaraq yeni istehsal gücünün işə salındığı və köhnə istehsal gücünün ləğvi aylarından ilin sonuna qalan ayların sayıdır;

12 – ildəki ayların sayıdır.

Bu məsələyə aydınlıq gətirmək üçün şərti bir misala müraciət edək.

Fərz edək ki, metallurgiya firmasının çuğuntökmə sexinin ilin əvvəlinə istehsal gücü 50000 tondur. Firmanın investisiya planına görə ilin ortasından – 01 iyuldan – illik gücü 6000 ton olan çuğun əritmə aqreqatı istismara buraxılacaqdır və elə həmin ilin 01 sentyabrından isə illik gücü 300 ton olan anoloji aqreqatın işi dayandırılacaqdır. Bu məlumatlara əsaslanaraq firmanın çuğun istehsalına görə orta illik və ilin sonuna istehsal gücünü müəyyən etmək tələb olunur.

Yuxarıda gətirilən düsturdan istifadə etsək onda:

$$M_{o,q.} = 50000 + \frac{6000 \times 6}{12} - \frac{3000 \times 4}{12} = 52000 \text{ ton}$$

Çuğuntökmə sexinin ilin sonuna, daha doğrusu çıxış istehsal gücü isə:

$$50000 + 6000 - 3000 = 53000 \text{ ton olacaqdır}$$

Bütün bünrlərlə yanaşı müəssisələr hər ilin yekunlarına görə istehsal gücündən istifadə səviyyəsini ($S_{i.g.}$) müəyyənləşdirməli olurlar. Bu məqsədlə aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$S_{i.g.} = \frac{M}{I_g} \times 100$$

Burada, M – illik məhsul buraxılışının həcmi;

I_g – ilin sonuna istehsal gücüdür, çıxış istehsal gücüdür.

Nəzəri baxımdan faktiki məhsul buraxılışı (M), istehsal gücü-nə (İ_g), başqa sözlə, kəsrin qiyməti 1-ə bərabər ola bilər. Lakin, praktiki cəhətdən bu, demək olar ki, qeyri-mümkündür.

6. İstehsal əsas fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması yolları

İstehsal əsas fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılmasının iqtisadi əhəmiyyəti olduqca böyükdür. Onlardan səmərəli istifadə olunduqda məhsul buraxılışı artır və beləliklə, məhsul vahidi istehsalına sərf edilən maddiləşmiş əməyin miqdarı (konkret olaraq istehsal əsas fondlarını təmsil edən amortizasiyanın məbləği) azalır. Məlumdur ki, istehsal əsas fondlarına hesablanan amortizasiya ayırmaları istehsal həcmindən asılı deyil və istehsal əsas fondlarının ömür müddətinə görə hesablanır. Bu baxımdan onlardan səmərəli istifadə məhsul vahidinə düşən amortizasiya ayırmalarının azalmasına səbəb olur. Nəticədə, məhsulun maye dəyəri aşağı düşür, əmək məhsuldarlığı artır. Bu hal fondtutumlu sahələr üçün məsələn, neft hasilatı üçün daha səciyyəvidir.

Əsas fondların həcmi sabit qaldığı şəraitdə onlardan istifadəni yaxşılaşdırmaqla məhsul istehsalının artırılması yeni əsas fondlar yaratmadan (əsaslı tikinti yolu ilə) istehsalın genişləndirilməsinə bərabər hesab olunur. Buradan belə bir nəticə çıxır ki, əsas fondlardan istifadənin yaxşılaşdırılması yeni əsas fondların yaradılmasına tələbatı azaltdığına görə əsaslı vəsait qoyuluşlarına qənaət etməyə imkan yaranır.

Əsas fondlardan istifadənin yaxşılaşdırılması onların dövriyyəsinin sürətlənməsi deməkdir. Nəticədə, il ərzində əsas fondların vahidindən alınan məhsulun miqdarı artır ki, bu da istehsal gücünün nisbi mənada genişləndirilməsi deməkdir. Bununla yanaşı, əsas fondların dövriyyəsinin sürətlənməsi onların fiziki köhnəlməsinin tezləşməsinə səbəb olur və nəticə etibarilə əsas fondların təzələnməsi tempini artırır.

İstehsalın inkişafına və onun maddi-texniki bazasının möhkəmləndirilməsinə istehsal əsas fondlarının yalnız geniş təkrar istehsalı ilə deyil, həm də mövcud əsas fondlardan istifadə səmərəliliyini yüksəltməklə nail olmaq mümkündür. Əsas fondlardan istifadə səmərəliliyinin artırılması amilləri maddiləşmiş əməyə qənaət, əmək məhsuldarlığının və məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi, istehlakçıya xidmətin həcmə artırılması, miqyasca genişləndirilməsidir.

Müəssisədə əmək vasitələrindən istifadənin yaxşılaşdırılması iki yolla: ekstensiv və intensiv istifadə yolları ilə həyata keçirilir.

Əmək vasitələrindən ekstensiv istifadənin əsas istiqamətləri onlara texniki xidmətin səmərəli təşkili, keyfiyyətli təmir, təmir müddətinin azaldılması, boşdayanmaların (günərzi, növbəboyu və növbədəxili) minimuma endirilməsi və s-dir.

Əmək vasitələrindən intensiv istifadə isə prosesə az canlı əmək tətbiq etmək yolu ilə vaxt vahidi ərzində istehsal edilən məhsulun (görülən işin həcmnin) və xidmətin miqyasca çoxaldılmasıdır. Bu halda əmək vasitəsinin texniki parametrlərindən – gücündən, sürətindən – yüksək səviyyədə istifadə olunur.

Qeyd etmək lazımdır ki, ekstensiv və intensiv istifadə yollarını qarşı-qarşıya qoymaq olmaz; onlardan heç biri "təmiz" şəkildə olmur; ilin müəyyən vaxtlarında üstünlük intensiv və ya da ekstensiv yola məxsus olur. Hər iki yoldan kompleks istifadə istehsal avadanlıqlarının inteqral səmərəlilik səviyyəsini yüksəldir.

Avadanlıqlardan ekstensiv istifadə dedikdə, avadanlığın işləmə müddətinin uzadılması, onlardan vaxta görə istifadənin yaxşılaşdırılması nəzərdə tutulur. Buna aşağıdakılar aiddir:

– avadanlığa səriştəli texniki qulluq olunması, onun vaxtında və keyfiyyətlə təmir edilməsi, iş yerinin materiallarla fasiləsiz təchizi, texnoloji prosesin düzgün təşkili. Bütün bunlar boşdayanmalara, qəzalara yol verməməyə, avadanlığın işləmə vaxtını artırmağa imkan yaradır;

– müəssisələrdə ayrı-ayrı istehsal sexləri və sexlər arasında aşkar edilən uyğunsuzluqların vaxtında aradan qaldırılması;

– hazırlıq-tamamlama işlərinə və köməkçi əməliyyatlara vaxt sərfinin azaldılması.

Avadanlıqlardan gücə görə istifadə avadanlığın iş intensivliyinin artırılmasına əsaslanır. Avadanlıqdan istifadənin intensivlik göstəricisi vaxt vahidində hər bir avadanlıq üzrə istehsal olunan məhsulun miqdarı, başqa sözlə, yerinə yetirilən işin kəmiyyətidir. Vaxt vahidində avadanlıqdan daha intensiv istifadəyə aşağıdakı yollarla nail olmaq olar:

– texnologiyanı təkmilləşdirmək və fasiləsiz axın istehsalını təmin etməklə;

– avadanlığın birdəfəlik yükünü, məsələn, blüminqdə yayılan külçənin çəkisini, dəzgahda metal emalı zamanı kəsici alətin irəliləmə sürətini artırmaqla;

– material emalının sürətini, məsələn, domna və marten sobalarında posa materiallarının əridilmə, metalın mexaniki emalında onun kəsilmə sürətini artırmaqla;

– xammal və materialları istehsala hazırlamaqla, onların keyfiyyətinin texnoloji prosesin tələblərinə və hazırlanan məhsulun keyfiyyətinə uyğun gəlməsini təmin etməklə;

– istehsal prosesinin qrafik üzrə sabit və müntəzəm, boşdayanma hallarına yol vermədən ahəngdar və birqərarda gətməsini təmin etməklə.

İstehsal əsas fondlarından istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi yollarından biri onların strukturunun təkmilləşdirilməsidir. Məlumdur ki, müəssisənin istehsal gücü aparıcı sexin aparıcı sahəsinin aparıcı avadanlıqlarının mexaniki gücləri vasitəsilə müəyyən edilir. İstehsal əsas fondlarının strukturunda maşın və avadanlıqların payının artırılması əlavə əsaslı vəsait qoyuluşları həyata keçirmədən müəssisənin məhsul istehsalını artırmağa imkan verir ki, bu da məhsul vahidinə düşən amortizasiya ayırmalarının aşağı düşməsinə səbəb olur.

Müəssisədə istehsal gücünün keyfiyyət xarakteristikası və səmərəliliyi, istehsalın elmi-texniki tərəqqinin irəli sürdüyü tələblərə, müasir maşın və avadanlıqların istehsalının yaradılması və mənimsənilməsi vəzifələrinə uyğunluğu istehsal əsas fondlarının aktiv ünsürü olan texnoloji avadanlığın strukturundan asılıdır. **Maşın və avadanlıqların texnoloji strukturunun optimallığına bir sıra amillər təsir göstərir ki, bunlar da aşağıdakılardır.**

Birinci amil istehsal texnologiyasının özü aiddir. Məhsul istehsalı texnologiyasından asılı olaraq texnoloji avadanlıqların tərkibi müəyyən olunur. Daha səmərəli istehsal texnologiyasının tətbiqi avadanlıq parkının strukturunu dəyişir. Elmi-texniki tərəqqinin təsiri altında istehsal avadanlıqlarının ümumi sayında daha mütərəqqi və məhsuldar texnologiyalar üçün nəzərdə tutulan maşınların xüsusi çəkisi artır.

İkinci amil avadanlıq parkının inkişafının əsas istiqamətlərindən olan avtomatlaşdırma ilə əlaqədardır. Elektron hesablama maşınlarının və proqramlı idarəetmənin inkişafı seriyalı və kiçik seriyalı istehsalın avtomatlaşdırılması, avtomat dəzgahlarının, istehsal xətlərinin

inkışafı üçün geniş imkanlar açmışdır. Müəssisədə avtomatlaşdırma nəinki xammal emalını, həm də yığma, anbar, qablaşdırma və digər əməliyyatları, layihələşdirməni, istehsalın texnoloji hazırlığını, iri istehsal sistemlərinin idarə olunmasını təmin edir.

Avtomatlaşdırma, xüsusilə onun çevik formaları, istehsal gücünün müasir istehsalın tələblərinə uyğunlaşdırılmasına imkan verir. İstehsala hazırlıq vaxtını azaldaraq, bir məhsulun istehsalından digərinə keçidi sürətləndirərək proqramlı avtomatlaşdırma istehsal gücünü daha çevik edir və elmi-texniki tələblərə uyğunluğunu şərtləndirir.

Avadanlıq parkının texniki-iqtisadi səviyyəsinə investisiya qoyuluşlarının texnoloji quruluşu, istehsal əsas fondlarının təzələnməsi və sıradan çıxmasının nisbəti və habelə avadanlıqların yaş strukturu təsir göstərir. Texniki tərəqqinin intensivliyi və avadanlıq parkının elmi-texniki tərəqqinin inkişaf sürətinə uyğun olaraq yeniləşmə tempi sürətləndikcə əsaslı vəsait qoyuluşunun böyük hissəsi köhnələn və aşınan əmək vasitələrinin dəyişdirilməsinə yönəldilir. Bu isə, nəticə etibarilə bütünlükdə istehsal əsas fondlarından istifadə səviyyəsini yüksəldir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İstehsal əsas fondlarının iqtisadi mahiyyətini izah edin.
2. Əsas fondların təsnifləşdirilməsində məqsəd nədir və onlar hansı qruplara bölünür?
3. Əsas fondlar hansı qiymətlərlə qiymətləndirilir, onların köhnəlmə növləri hansılardır?
4. Amortizasiya ayırmalarının hesablanması hansı metodları vardır?
5. Əsas fondlarından istifadənin hansı göstəriciləri var?
6. Firmanın istehsal gücünün hesablanma metodlarını aydınlaşdırın.
7. Firmanın əsas fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması yolları hansılardır?

Fəsil 9. Firmanın dövriyyə fondları və dövriyyə vəsaitləri

1. Dövriyyə fondlarının iqtisadi mahiyyəti və onların tərkibi
2. Dövriyyə vəsaitlərindən istifadə göstəriciləri
3. Firmada maddi resursların normalaşdırılması
4. İstehsal ehtiyatlarının təsnifatı və təyinatı
5. Firmada bitməmiş istehsal və gələcək dövrün xərclərinin normalaşdırılması
6. Firmada tədavül fondlarının idarə olunması

1. Dövriyyə fondlarının iqtisadi mahiyyəti və onların tərkibi

Əgər istehsal vasitələri əmək vasitələri və əmək cisimlərindən ibarət olursa, istehsal fondları – istehsal vasitələrinin dəyər daşıyıcıları – işə əsas və dövriyyə fondlarına bölünürlər.

İstehsalın maddi üsürlərindən biri olan əmək predmetləri (xammal, əsas və köməkçi materiallar, yanacaq və elektrik enerjisi, kənardan alınmış yarımfabrikatlar) əmək vasitələri ilə birlikdə məhsulun istehsalı prosesində bilavasitə iştirak edirlər. İstehsalın hər bir tsiklinin yenidən başlanması əvvəlki istehsal tsiklində istehlak edilmiş xammal və materialları əvvəlki natural-əşya formasında yenidən yaratmağı tələb edir.

Əmək predmetləri istehsal vasitələrinin tərkib hissəsindən biri olmaqla dəyər formasında dövriyyə fondları adlanır. **Dövriyyə istehsal fondları elə istehsal vasitələrindən ibarətdir ki, onlar əmək prosesinə daxil olmaqla hər bir istehsal tsiklində tamamilə istehlak olunur, həmin tsikldə öz dəyərini bütünlüklə yaradılan məhsulun üzərinə keçirir və özlərinin natural formalarını dəyişirlər.**

Dövriyyə istehsal fondları, əsas fondlardan fərqli olaraq, istehsal olunan məhsul üzərinə öz dəyərlərini bir dəfəyə və tamamilə – yana-

caq, enerji və köməkçi materialların bir qismi istisna olmaqla – özlərinin maddi-əşya formalarına xas olan fiziki-kimyəvi xüsusiyyətlərini də keçirirlər. Məsələn, xromlu-nikelli poladdan istehsal olunmuş hər hansı bir hissəsinin dəyəri dövriyyə fondu kimi poladın dəyərindən ibarət olmaqla bərabər, həm də, tam olmasa da, həmin marka poladın təbii-texniki və ya fiziki-kimyəvi əlamətləri də həmin hissənin substansiyasına daxil olur.

İstehsal firması və ya sənaye müəssisənin dövriyyə fondları özlərinin təyinatına, yaradılma zəruriliyini müəyyən edən şərait və amillərin müxtəlifliyinə görə üç hissəyə bölünür və bunlar aşağıdakılardır.

1. İstehsal ehtiyatları – bu, istehsalçı müəssisə tərəfindən alınmış, özünün əmlakı kimi istehsal prosesi üçün hazırlanmış və onun (istehsalın) fasiləsizliyini təmin etmək məqsədilə həmin prosesə daxil olmağı gözləyən xammal, material, yanacaq və s.-dən ibarətdir.

2. Bitməmiş istehsal və özünün istehsalı olan yarımfabrikatlar – bu, artıq texnoloji prosesə buraxılmış və emalın müəyyən mərhələsində olan material, istehsalı hələ başa çatdırılmamış hissə, bağlama və məmulatlar və habelə özünün istehsalı olan yarımfabrikatlardır.

3. Gələcək dövrün xərcləri – bu, dövriyyə fondlarının qeyri-maddi üsürləri kimi, məsələn, yeni məhsulun layihələndirilməsi və nümunəsinin yaradılması, onun istehsalı üçün yeni texnologiyanın işlənməsi və tətbiqi və s. ilə əlaqədar xərclərdir ki, cari dövrdə çəkil-sələr də gələcəkdə istehsal olunacaq məhsulun maya dəyərinə daxil edilməklə geri qaytarılır.

İstehsal prosesində əmək predmetləri natural – əşya formasında istehlak olunduqlarına görə hər bir məhsul növünün fasiləsiz təkrar istehsalı üçün onlardan istehsalatda hər an və müəyyən miqdarda istifadə edilməsi imkanı təmin olunmalıdır. Buna o halda nail olmaq mümkündür ki, a) ya xammal və materiallar müəssisəyə istehlak üçün hazır vəziyyətdə və gündəlik tələbat həcmində (istehsala dəqiq buraxılma sinxronluğu ilə) göndərsin, b) ya da müəssisədə xammal və materiallardan lazımi miqdarda ehtiyat yaradılmış olsun.

Bu şərtlərdən birincisi nəzəri baxımdan mümkündür, lakin praktik olaraq bütün hallarda ya yerinə yetirilə bilməz və ya da iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğun deyil. Buna səbəb bir çox əmək predmetlərinin

müəyyən istehsal tsikli ərzində istehlak olunması və bu istehsal tsiklləri isə həmin əmək predmetlərindən hər birinin istehsala buraxılması ilə eyni vaxta düşməməsidir. Bundan əlavə, nəqliyyat vasitələrindən istifadə səmərəliliyi tələb edir ki, məsələn, məhsul dəmiryolu ilə göndərilərkən onun çəkisi vaqonun yükləyici qabiliyyətindən (40-60 ton) az olmasın. Bununla əlaqədar olaraq istehsalçının ünvanına məhsul onun günlük tələbatına görə deyil, vaqonun tam yük qaldırma qabiliyyətinə uyğun miqdarda və həm də vaxtaşırı göndərilir.

Beləliklə, ictimai əmək bölgüsü nəticəsində bir müəssisənin istehsal etdiyi məhsulun digər müəssisə üçün istehsal vasitəsinə çevrildiyi şəraitdə istehsalın vaxtı, məkanı və həcmi istehlakın uyğun göstəricilərindən fərqlənir. Belə bir vəziyyətdə istehsal prosesinin fasiləsizliyi yalnız dövriyyə fondlarının müəyyən hissəsinin onların hərəkətinin müxtəlif mərhələlərində yığılı ilə təmin edilə bilər.

İstehsal-texniki təyinatlı əmək məhsullarının istehlakçı müəssisələrdə bu cür yığılı istehsal vasitələrindən ehtiyatlar və ya istehsal ehtiyatları adlanır.

Ehtiyatların həcmi həm mütləq, həm dəyər və həm də nisbi ölçülərlə hesablanıla bilər. Ehtiyatın mütləq ölçüsü natural şəkildə ton, sentner, metr, ədədlə, başqa sözlə, materialın ölçülə biləcəyi fiziki vahidlərlə müəyyən edilir. İstehsal ehtiyatları həcmnin mütləq ölçülərdə öyrənilməsinin əhəmiyyəti ondadır ki, bunun vasitəsilə anbar təsərrüfatının səmərəli təşkilinə, xüsusilə maddi-texniki təchizatın planlaşdırılmasının həyata keçirilməsinə, başqa sözlə, materiala tələbatın hesablanmasına nail olmaq mümkün olur.

İstehsal ehtiyatlarının həcmi dəyər ölçüsü ilə də qiymətləndirilir. Ehtiyatın mütləq həcmnin, onu təşkil edən material vahidinin qiymətinə vurulması yolu ilə ehtiyatın dəyər ölçüsündə miqdarı tapılır. Ehtiyatın həcmnin qiymət ölçüsündə tapılması, istehsalın dəyər göstəricilərinin planlaşdırılmasında, maliyyə planının tərtibində, istehsalın rentabelliyyətinin hesablanmasında və s.-də böyük əhəmiyyət kəsb edir.

İstehsal ehtiyatları həm də nisbi ölçülərlə müəyyən olunur. Bu halda ehtiyatın kütləsi (çəkisi) və dəyəri heç bir rol oynamır. Məsələn, çəkisi 80 ton olan poladdan günlük məsrəf norması 4 ton, çəkisi

80 kq olan sürtgü yağından günlük məsrəf norması 2 kq olarsa, müəssisə kənardan polad almadan 20 gün, sürtgü yağı almadan isə 40 gün istehsalını fasiləsiz davam etdirə bilər.

Bitməmiş istehsal, artıq qeyd olunduğu kimi, bir sıra əməliyyatlara məruz qalmış, lakin bəzilərindən hələ keçməmiş, istehsal prosesinin bütün mərhələlərindəki bitirilməmiş, tamamlanmamış «məhsulların» dəyəridir. Müəssisənin özünün istehsalı olan yarım-fabrikatların dəyəri də bitməmiş istehsalın dəyərinə daxil edilir.

Gələcək dövrün xərcləri isə, artıq qeyd edildiyi kimi, cari xərclər kimi nəzərdə tutulmuş və müasir dövrdə sərf olunan, lakin gələcəkdə xərc kimi məhsulun maya dəyərinə daxil edilməklə geri qaytarılan xərclərdir. Başqa sözlə, gələcək dövrün xərcləri dövriyyə fondlarının əşya formasında olmayan – qeyri-maddi ünsürü olmaqla – yeni texnoloji istehsal üsulunun işlənib hazırlanması, yeni növ məhsulun mənimsənilməsi ilə bağlı çəkilən, lakin gələcəkdə məhsulun maya dəyəri vasitəsilə istehsal xərci kimi uçota alınan pul vəsaitidir. Yaxud, məsələn, icarəyə götürülmüş binanın illik icarə haqqı əvvəlcədən ödənilsə, bu məbləğ gələcək dövrün xərclərinə aiddir. Bu məbləğin hər aya düşən hissəsi maya dəyərinə daxil edilməklə, ilboyu hissə-hissə geri qaytarılır.

Artıq qeyd olunduğu kimi, müəssisənin dövriyyə fondları tərkibinə görə istehsal ehtiyatları, bitməmiş istehsal və özünün istehsalı olan yarımfabrikatlar və bir də onun qeyri-maddi ünsürü olan gələcək dövrün xərclərindən ibarətdir. Dövriyyə fondlarının quruluşuna gəlinə, onun təqribən 70 faizi istehsal ehtiyatlarının, 25 faizi bitməmiş istehsal və özünün istehsalı olan yarımfabrikatların və cəmi 5 faizi isə gələcək dövrün xərclərinin payına düşür.

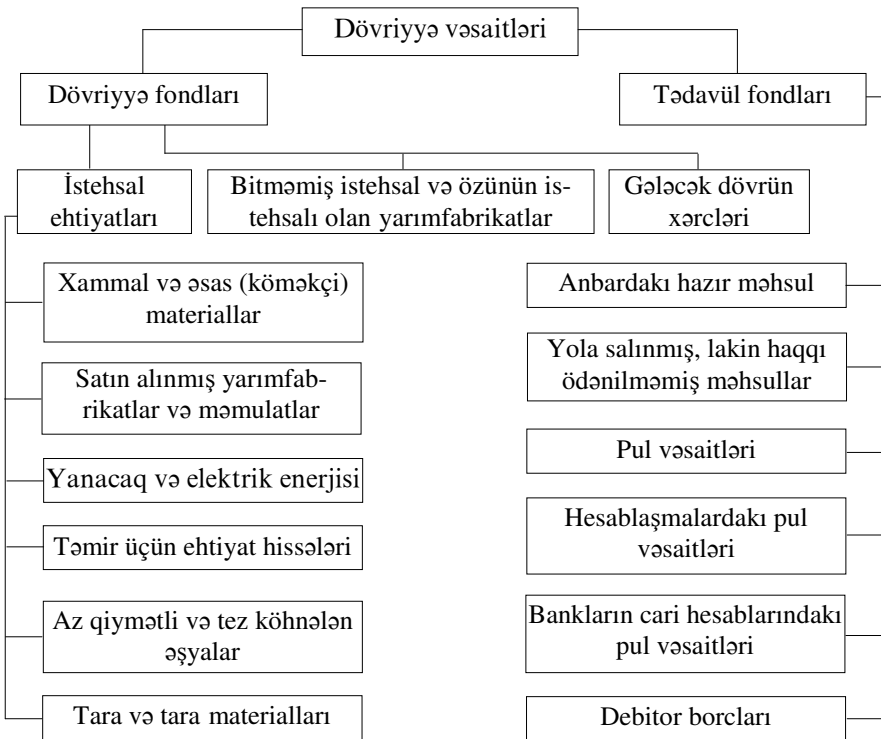
Dövriyyə fondları öz əşya tərkibinə görə sənaye sahələrinin müəssisələrində texnologiyanın xüsusiyyəti və istehsalın təşkilinin xarakterinə görə formalaşır. Müvafiq olaraq dövriyyə fondlarının dəyər strukturu da fərqlənir.

Müxtəlif sənaye müəssisələrində dövriyyə fondlarının ümumi dəyərində bitməmiş istehsalın payı da müxtəlif olur. Bu fərq istehsal tsiklünün müxtəlif orta davamiyyəti, **istehsalın fasiləli və fasiləsizliyi**, avadanlıqların növbəlik əmsalı, istehsal tipi, əmək prosesinə təbii amillərin təsiri ilə və başqa amillərlə əlaqədardır.

Dövriyyə fondları istehsal prosesində istehlak olunmaqla hazır məhsula, sonuncu isə realizə edilərək müəssisənin pul vəsaitinə çevrilir. Məhsul satışından əldə olunan pul vəsaiti müəssisənin əvvəlki mərhələdə dövriyyə fondlarına sərf etdiyi pul vəsaitindən mənfəətin kütləsi qədər çox olur. **Bu prosesin ahəngdar getməsi üçün yeni tədavül və istehsal mərhələlərinin ardıcılıqla birindən-digərinə «keçidi» tədavül fondları vasitəsilə mümkün olur.**

Tədavül fondları tədavül sferasına xidmət etməklə müəssisənin anbarındakı hazır məhsuldan, yola salınmış, lakin haqqı ödənilməmiş əmtəələrin dəyərindən, hesablaşmalardakı və bankların cari hesablarında olan pul vəsaitlərindən və debitor borclarından ibarət olur.

Tədavül və istehsal dövriyyə fondlarının cəmi dövriyyə vəsaitləri adlanır.



Şəkil 9.1. Dövriyyə vəsaitlərinin tərkibi və təsnifatı.

Dövriyyə vəsaitləri müəssisənin öz pul vəsaitinin fasiləsiz dövrünü təmin etmək məqsədilə dövriyyə və tədavül fondlarının yaranmasına avans edilmiş pul vəsaitinin məcmusudur.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyə və tədavül fondları kimi qruplaşdırılmasının həm elmi – nəzəri və həm də sərf praktiki əhəmiyyəti vardır. Beləki, əgər dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyə fondları hissəsi bilavasitə istehsalla, – məhsul istehsalı ilə – bağlıdırsa, tədavül fondları ünsürü isə istehsal olunmuş məhsulun istehlakçıya çatdırılması ilə bağlı xərclərdir. Tədavül fondları, obrazlı deyilsə, «bazarlıq» xərcləridir, məhsulun realizə edilməsi ilə əlaqədar olan firmanın kommertiya fəaliyyətinə çəkilən xərclərdir.

Dövriyyə vəsaitlərinin tərkibi və təsnifatı şəkil 9.1-də verilmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, dövriyyə vəsaitləri normalaşdırılan və normalaşdırılmayan (normalaşdırılması mümkün olmayan) qruplara bölünür. Normalaşdırılan dövriyyə vəsaitlərinə dövriyyə fondları və tədavül fondlarının tərkib hissəsi olan anbardakı hazır məhsul daxildir. Tədavül fondlarının qalan ünsürlərini normalaşdırmaq imkan xaricində olur.

Dövriyyə istehsal fondları və tədavül fondlarının dövriyyə vəsaitlərinin formalaşmasındakı «çəkili» çox fərqlidir. Belə ki, uzun dövrün müşahidələri göstərmişdir ki, bilavasitə istehsala xidmət göstərən dövriyyə fondları ilə tədavül fondlarının nisbəti istehsal firmaları və sənaye müəssisələrində birincinin xeyrinə beşin birə (5:1) nisbəti kimidir. Bu baxımdan, təbiidir ki, dövriyyə vəsaitlərinə qənaətin əsas hissəsi də məhz dövriyyə fondlarının payına düşür. Dövriyyə fondlarına qənaətə, tədavül fondları ilə müqayisədə təminat verən bir obyektiv amil də mövcuddur. İş burasındadır ki, dövriyyə fondları səfərbər olunma səviyyəsinə görə tədavül fondlarından ciddi surətdə fərqlənir. Belə ki, əgər dövriyyə fondlarının tərkibinə daxil olan bütün ünsürlərin normalaşdırılması mümkündürsə, tədavül fondlarından, artıq qeyd edildiyi kimi, yalnız bir ünsürün – anbarda olan hazır məhsulun normalaşdırılması və deməli, idarə olunması imkan daxilindədir. İdarə edilməsi mümkün olmayan və ya çətin olan hər hansı bir prosesin və ya tədbirin səmərəsi də onun potensial imkanından xeyli aşağı olur. Lakin bazar iqtisadi sisteminə keçildikdən sonra inzibati-amirlik dövrü ilə müqayisədə normalaşdırılan və normalaş-

dırılması çətin olan dövriyyə vəsaitləri arasındakı fərq ciddi surətdə azalacaq və onların səfərbər olunma dərəcələri bir-birinə xeyli yaxınlaşacaqdır. Dövriyyə fondlarının səfərbər olunma dərəcəsinin yüksək olması onların normalaşdırılması işinin mümkünlüyü ilə izah edilir.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə sferaları bir-birilə üzvü surətdə bağlı, birinin digəri üçün şərt olduğu 3 mərhələdən ibarətdir (bax: şəkil 9.2).

Dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə sferaları		
tədavül	istehsal	tədavül
$P - \dots \dots \dots \dot{I}E \dots \dots \dots \dot{I}P \dots \dots \dots HM \dots \dots P'$		
I	II	III
Dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə mərhələləri		

Burada, P – dövriyyənin əvvəlində pul vəsaitləri;

P' – dövriyyənin sonunda pul vəsaitləri;

$\dot{I}E$ – istehsal ehtiyatları;

$\dot{I}P$ – istehsal prosesi;

HM – hazır məhsul.

Şəkil 9.2. Müəssisənin dövriyyə vəsaitlərinin dövr etməsi

Dövriyyə fondlarının mühüm hissəsi olan istehsal ehtiyatlarının hər bir növünün normativə müvafiq səviyyədə yaradılması və idarə edilməsi, hələ onların qənaətlə istifadə olunması demək deyildir. Normativə uyğun istehsal ehtiyatlarının yaradılması onun tərkibinə daxil olan maddi ünsürlərdən səmərəli istifadə üçün yalnız ilkin şərt ola bilər. **Maddi resurslardan səmərəli, qənaətlə istifadə isə, əsasən, onların istehlakı prosesində baş verir.**

Material resurslarından istifadə zamanı qənaət işini təmin etmək üçün onlardan məsrəf normalarının düzgün hesablanması çox ciddi və önəmli məsələdir.

Material resursları sərfinin düzgün normalaşdırılması istehsalın texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi, istehsaldaxili ehtiyatların aşkara çıxarılması və səfərbər edilməsi, materiallardan istifadəyə qənaət rejiminin gözlənilməsi kimi işlərin lazımi keyfiyyətdə icra olunmasına bilavasitə köməklik göstərir. Normalaşdırmanın bir mühüm əhəmiyyət

yəti də müəssisələrin konkret materiala tələbatının düzgün müəyyən-
ləşdirilməsində onun həlledici rol oynamasıdır.

İstehsal sferasında olan dövriyyə vəsaitlərinin kəmiyyəti, əsasən, məhsulun hazırlanması üçün müəyyən edilmiş vaxtın – istehsal tsiklinin uzunluğundan, istehsal texnologiyasının mütərəqqiliyindən, tədavül sferasında olan dövriyyə vəsaitinin məbləği isə məhsulun realizə edilməsi şərtlərindən və təşkili səviyyəsindən asılıdır.

2. Dövriyyə vəsaitlərindən istifadə göstəriciləri

Firma və müəssisələrin qarşısında duran mühüm iqtisadi vəzifələrdən biri də dövriyyə vəsaitlərindən istifadənin yaxşılaşdırılmasıdır. Bunun üçün isə, ilk növbədə, onlardan istifadə səviyyəsini qiymətləndirmək lazımdır; qənaətin və ya israfçılığın həddi dəqiqləşdirilməlidir. **Dövriyyə vəsaitlərindən istifadə səviyyəsini öyrənmək üçün iqtisadi və texniki-iqtisadi göstəricilər sistemindən istifadə olunur.**

Material resurslarından və habelə dövriyyə vəsaitlərinin digər ünsürlərindən səmərəli istifadə edilməsi, nəticədə, ümumiləşdirici bir göstərici olan **dövriyyə vəsaitlərinin dövr sürətini artırır**. Bu onunla nəticələnir ki, dövriyyə vəsaitləri özlərinin dövrələri zamanı pul formasından istehsal ehtiyatlarına və bunların istifadəsinin nəticəsi kimi əmək məhsuluna və sonuncunun da realizə olunması yolu ilə yenidən pul formasına keçməsi müddəti azalır; təkrar istehsalın fasiləsizliyi daxilində həmin mərhələlərin biri-birini əvəz etməsi sürətlənir, başqa sözlə, az vaxt intervalında onlar ardıcıl olaraq biri-birlərini əvəzləyirlər.

Dövriyyə fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması iqtisadi cəhətdən böyük səmərə verir. Məhsul vahidinin hazırlanmasına maddi-enerji ehtiyatları sərfinin azaldılması, eyni miqdarda istehsal ehtiyatlarından daha çox məhsul istehsal etməyə, onun maya dəyərini və materialtutumunu aşağı salmağa, müəssisənin maliyyə vəziyyətini yaxşılaşdırmağa və s. imkan verir.

Maddi-enerji ehtiyatlarından istifadəni qiymətləndirmək üçün bir sıra göstəricilərdən istifadə edilir. Bu göstəricilərdən birincisi «ilkın xammaldan hazır məhsulçılıq» adlanan əmsaldır. Bu göstərici faizlə də ifadə olunur və müəssisənin ilkin xammaldan nə qədər ha-

zır məhsul istehsal edə bildiyini səciyyələndirir. Məsələn, xam neftdən benzin, şəkər çuğundurundan şəkər, dəmir filizindən dəmir və s. məhsulçılığını əmsallarıdır və bunlar ilkin xammaldan istifadə səviyyəsini səciyyələndirirlər.

Xammal və materialdan istifadənin səmərəliliyini xarakterizə edən ikinci əsas göstərici **materialdan istifadə əmsalıdır**. Bu əmsal məhsulun hazırlanması prosesində əmələ gələn itkilərin miqdarını göstərir. Bu əmsalın plan və faktiki növlərini fərqləndirirlər. Xammal və materialdan istifadənin plan əmsalı məhsul vahidinin xalis çəkisinin, həmin məhsulun hazırlanması üçün material məsrəfi normasına görə sərf ediləcək materialın miqdarına olan nisbətini, faktiki istifadə əmsalı isə məhsul vahidinin xalis çəkisinin faktiki sərf olunmuş materialın miqdarına olan nisbətini xarakterizə edir.

Misal: Fərz edək ki, məhsulun xalis çəkisi 1,2 kq-dır. Məhsul vahidinin istehsalına məsrəf norması 1,6 kq müəyyən edilmişdir. Məhsulun hər birinin istehsalına faktiki material sərfi isə 1,5kq təşkil etmişdir. Buradan: materialdan plan istifadə əmsalı 0,75-ə (1,2 kq : 1,6 kq), faktiki istifadə əmsalı isə 0,8-ə (1,2 kq : 1,5 kq) bərabər olmuşdur. Belə olan halda materialdan qənat təqribən 7 faiz olmuşdur – $0,8 : 0,75 = 1,066$; yaxud, $((100 \times 1,066) - 100) = 106,6 - 100 = 6,6$ faiz

Yanacaqdan istifadə əmsalı – yanacaq istehlak edən avadanlığın faydalı iş əmsalı ilə xarakterizə olunur. Bu əmsal, həmin avadanlıqda istilikdən nə dərəcədə faydalı istifadə edildiyini göstərir. Avadanlığın faydalı iş əmsalı istifadə olunan yanacağın keyfiyyətindən, avadanlığı işlədən işçinin ixtisas dərəcəsindən və ona olan münasibətdən asılıdır. Avadanlığın faydalı iş əmsalının artırılması ilə eyni miqdar avadanlıqdan daha çox məhsul istehsal etmək olur, deməli, avadanlığa olan tələbat azalır.

Yanacaqdan itkilər isə, əsasən, yanma prosesi zamanı qazlarla birlikdə çıxan istilikdən və habelə yanmanın natamam getməsilə bağlı onun (yanacağın) istilikləndirmə qabiliyyətinin sona qədər realizə edilməməsi səbəbindən irəli gəlir.

Ayrı-ayrı üsürlərin deyil, dövriyyə vəsaitlərindən bütünlükdə istifadə səmərəliliyi üç əsas göstərici ilə – dövretmə əmsalı (dövretmələrin sayı), dövriyyə vəsaitlərinin yüklənmə əmsalı və bir dövriyyənin uzunluğu ilə (günlərlə) – xarakterizə olunur.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə əmsalı realizə olunmuş məhsulun həcmninə (əlavə edilmiş dəyərin satılmış hissəsi) dövriyyə vəsaitlərinin orta qalıqına (illik, rüblük) nisbəti kimi hesablanır və bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$\Theta_{\text{dö}} = \frac{R}{D_{\text{or}}}$$

Burada, $\Theta_{\text{dö}}$ – dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə əmsalı – il (rüb, ay) ərzində dövretmələrin sayıdır;

R – topdansatış qiymətində realizə olunmuş məhsulun həcmidir, manatla;

D_{or} – dövriyyə vəsaitlərinin orta illik (rüblük, aylıq) qalıqıdır, manatla.

Dövriyyə vəsaitlərinin orta illik qalıqını hesablamaq üçün, o qədər dəqiq olmasada, onların ilin əvvəlinə və axırına olan qalıqlarının yarısının üzərinə ilin aylarının (ilin 1-ci ayı istisna olmaqla) əvvəlinə olan qalıqları əlavə edilib, nəticəni ildəki ayların sayına bölürlər:

$$D_{\text{or}} = \frac{D_0/2 + D_{q2} + D_{q3} + D_{q4} + D_{q5} + D_{q6} + D_{q7} + D_{q8} + D_{q9} + D_{q10} + D_{q11} + D_{q12} + D_a/2}{12}$$

Burada, D_0 və D_q – uyğun olaraq ilin əvvəlinə və axırına dövriyyə vəsaitlərinin qalıqıdır, manatla;

D_{q2} , D_{q3} , D_{q4} , D_{q5} , D_{q6} , D_{q7} , D_{q8} , D_{q9} , D_{q10} , D_{q11} , D_{q12} – indeksdə göstərilən rəqəmlərə müvafiq ayların əvvəlinə dövriyyə vəsaitlərindən qalıqdır, manatla;

12 – təqvim ilindəki ayların sayıdır

Bundan əvvəlki düsturdan görüldüyü kimi, dövriyyə vəsaitlərinin il ərzindəki dövretmələrinin sayı ya realizə olunmuş məhsulun həcmninə çoxaldılması və ya da dövriyyə vəsaitlərinin həcmninə azaldılması (hər iki halın eyni vaxtda baş verməsi də mümkündür) hesabına ola bilər. Əks istiqamət kimi dövriyyə vəsaitlərinin illik dövretmələrinin sayının artması, ya 1 manatlıq dövriyyə vəsaitinə düşən məhsulun həcmi artır, ya da 1 manatlıq məhsula düşən dövriyyə vəsaitlərini məbləğini azalda bilər.

Dövriyyə vəsaitlərinin yüklənmə əmsalı dövretmə əmsalının tərsi kimi hesablanır və o, 1 manatlıq realizə olunmuş məhsula sərf

edilmiş (ona təhkim edilmiş) dövriyyə vəsaitlərinin həcmi səciyəyəndir. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$\Theta_y = \frac{D_{or}}{R}$$

Burada, Θ_y – dövriyyə vəsaitlərinin yüklənmə əmsəlidir.

Nəhayət, **dövriyyə vəsaitlərinin bir dövriyyəsinin** gün hesabı ilə uzunluğu göstəricisi dövrdəki (il, rüb, ay) günlərin sayının dövretmə əmsəlinə bölünməsi yolu ilə hesablanır. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$Y_k = \frac{B}{\Theta_{d\phi}} = B : \frac{R}{D_{or}} = \frac{B \times D_{or}}{R}$$

Burada, Y_k – dövriyyə vəsaitlərinin bir dövriyyəsinin gün hesabı ilə uzunluğudur;

B – dövrdəki günlərin sayıdır (il – 360 gün, rüb – 90 gün və ay – 30 gün).

Dövriyyə vəsaitlərindən istifadə göstəriciləri bütövlükdə dövriyyə vəsaitləri üzrə, həm də onun ayrı-ayrı elementləri üzrə hesablanıla bilər.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsinin dəyişməsi plan və əvvəlki dövrlərin göstəricilərinin təhlili əsasında müəyyən edilir.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsi artdıqda dövriyyədən vəsaitlərin bir qismi azad olunur, azaldıqda isə dövriyyəyə əlavə vəsaitlərin cəlb olunmasına ehtiyac yaranır.

3. Firmada maddi resursların normalaşdırılması

Firmada maddi resursların əsas növlərini texniki şöbənin (baş texnoloq şöbəsinin) tərkibindəki xüsusi büro, yaxud qrup normalaşdırır. Təmir-istismar ehtiyacları üçün materialın normalaşdırılması işi ilə baş mexanik şöbəsi (təmir təyinatlı materiallar) və baş energetik şöbəsi (yanacaq, enerji və s.) məşğul olurlar. Alət, tərtibatlar, ştamplar və habelə müxtəlif təsərrüfat inventarlarının istehsalı ilə əlaqədar olan materialların normalaşdırılması işi müəssisənin müvafiq şöbə və sexləri tərəfindən yerinə yetirilir.

Məsrəf norması nədir? Norma – məhsul vahidinin istehsalına materialdan maksimum yol verilə bilən, yaxud minimum məsrəfdir.

Firma və müəssisənin təchizat orqanları həmin şöbələrdən məsrəf normalarını alıb, onları əvvəlki illər qüvvədə olan məsrəf normaları ilə müqayisə edir, sistemləşdirir və bunun əsasında illik maddi-texniki təchizat planını işləyib hazırlayır.

Materialdan məsrəf norması olmadıqda müəssisənin bu və ya digər materiala tələbatını müəyyən etmək qeyri-mümkündür. Materialdan məsrəf normasını il ərzində istehsal ediləcək məhsulun miqdarına vurmaqla materiala illik tələbatın həcmi tapılır və bunun əsasında müəssisənin maddi-texniki təminat planını tərtib edirlər.

Maddi resurslardan məsrəf normaları mütərəqqi, texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış və materiallardan qənaət işində səfərbər edici mahiyyətə malik olmalıdır.

Mütərəqqi material məsrəfi normaları qabaqcıl təcrübəni, elm və texnikanın son nailiyyətlərini özlərində təcəssüm etdirməli və materiala faktiki qənaət səviyyəsini ötüb keçməlidir.

Maddi resurslardan məsrəf normaları həm texniki cəhətdən əsaslandırılmış və həm də real normalar olmalıdır. Real, texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış normaların işlənilib hazırlanması istehsalın texniki səviyyəsi və onun plan ilində yüksəldilməsi imkanı, istehsalın təşkili səviyyəsi və plan ili üçün həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan təşkilati-texniki tədbirlər, işçilərin ixtisas səviyyələrinin yüksəldilməsi və s. bu kimi tədbirlər nəzərə alındığı təqdirdə mümkündür.

Material resurslarının normalaşdırılması işini lazımi keyfiyyətdə yerinə yetirmək və metodoloji cəhətdən səhvə yol verməmək məqsədilə məsrəf normalarının düzgün təsnifləşdirilməsinin elmi-nəzəri və praktik əhəmiyyəti vardır.

Material məsrəfi normaları fəaliyyət müddətinə, maddi resursların təfəssildirmə dərəcəsinə və nəhayət, tətbiq miqyasına və s. əlamətlərinə görə təsnifləşdirilir.

Normalar fəaliyyət müddətinə görə illik və perspektiv olurlar. Adından göründüyü kimi, fəaliyyət müddəti il üçün nəzərdə tutulmuş məsrəf normaları xammal, material, yanacaq və digər maddi resursların məhsul vahidinə orta illik məsrəfini səciyyələndirməklə cari planlaşdırmada tətbiq olunur. İllik məsrəf normaları il üçün istehsalı planlaşdırılmış məhsulların plan maya dəyərinin kalkulyasiyasında (məhsul vahidinin maya dəyərinin müəyyən edilməsində) istifadə olunur.

Maddi resursların təfəssiləşdirmə dərəcəsinə görə məsrəf normaları iriləşdirilmiş (ümumi) və müfəssəl (dəqiq, konkret) normalara bölünür. İriləşdirilmiş məsrəf normaları məhsul vahidinə hər hansı adda bir material növündən maksimum yol verilə bilən məsrəf həddini nəzərdə tutur. Ümumi (iriləşdirilmiş) məsrəf normaları geniş nomenklaturada hər hansı materialdan sərf ediləcək həcmi konkret deyil, ümumi şəkildə özündə əks etdirir.

Bu və ya digər məmulatın istehsalı ilə əlaqədar olaraq materiala (məsələn, təbəqə polada) tələbat ümumi məsrəf norması əsasında müəyyənləşdirilir. Belə ümumi normalar, adətən, müəssisənin il üçün iriləşdirilmiş nomenklaturada maddi resurs tələbatının müəyyənləşdirilməsində və bir də materialdan qənaət işinin ümumi şəkildə təhlilində istifadə olunur.

Müfəssəl məsrəf normaları isə məhsul vahidinə hər hansı materialdan konkret texniki parametrləri (tip-ölçüsü, profili, markası, kimyəvi tərkibi, çeşidi, növü və s.) göstərilməklə hesablanmış normalardır. Müfəssəl məsrəf normaları təfəssiləşdirilmiş sifarişlərin işlənilməsi və habelə sexlərin konkret material növləri ilə təchiz edilməsi işində istifadə olunur.

Məsrəf normaları tətbiq miqyasına görə fərdi və qrup normalarına bölünür.

Fərdi məsrəf normaları konstruktor-texnoloji sənədlər və aparılmış xüsusi laboratoriya tədqiqatı (bəzən statistik məlumatlar) əsasında planlaşdırılmış təşkilati-texniki tədbirlərin həyata keçirilməsi müddəti və habelə fəhlələrin ixtisas səviyyələri nəzərə alınmaqla konkret müəssisənin məhsulu üçün işlənilib hazırlanır. Fərdi məsrəf normaları bütünlükdə məmulat və ya onun hər hansı bir hissəsi üçün də işlənilib hazırlana bilər.

Qrup məsrəf normaları isə (bir qrup müəssisələr üzrə) eyni tipdən (həmcins, analogi və ya eyni təyinatdan olan), lakin bir şirkətin (və ya firmanın) müxtəlif müəssisələri tərəfindən istehsal olunan məhsullar üçün işlənilib hazırlanır.

Qrup normaları ayrı-ayrı müəssisələrdə eyni tipli məhsul üçün fərdi məsrəf normalarının orta kəmiyyəti kimi müəyyən edilir. Qrup normalarının səviyyəsi bir tərəfdən fərdi məsrəf normalarından, digər tərəfdən isə müvafiq məhsulun istehsal proqramının quruluşundan asılıdır. Başqa

sözlə, qrup normalalarının səviyyəsi qrupa daxil olan müəssisələr üzrə müvafiq məhsulun istehsal həcmnin nisbətindən asılı olaraq dəyişə bilər. Hər hansı materialın yüksək səviyyədə ümumiləşdirilmiş qrup məsrəf norması eyni tipli məhsul istehsal edən bütün müəssisələrin – tabeliyindən və yerləşdiyi regiondan asılı olmayaraq – həmin məhsul üzrə məsrəf normaları əsasında müəyyən edilmiş orta çəkili məsrəf norması ola bilər.

Nəhayət, **material resurslarının istehlak mərhələsində aldığı təyinat da müxtəlif məsrəf normalalarının işlənilib hazırlanmasını tələb edir.** Bu baxımdan onlar əsas material, köməkçi material, yanacaq, elektrik enerjisi normalarından ibarətdir. Materialın təyinatı ilə əlaqədar olaraq məsrəf normalalarının müəyyən edilməsində həlledici cəhət norma üçün səciyyəvi ölçü vahidinin düzgün tapılmasıdır; ölçü vahidi hər bir konkret hal üçün materialın istehlakı xüsusiyyətini və mahiyyətini tam və obyektiv xarakterizə etməlidir.

Əsas materiallar yaradılan məhsulun substansiyasını təşkil etdiyindən, onlar üçün məsrəf normaları məhsul vahidinə görə hesablanır. Lakin köməkçi materialların istehlakının bütün istiqamətləri üçün eyni ölçüdə istifadə etmək mümkün olmur. Məsələn, yanacaq texnoloji ehtiyac üçün (metaləridən sobalarda, vaqrankalarda, termik aqreqatlarda və s.) istehlak olunanda məsrəf norması istehsal edilən məhsul vahidinə görə (polad, çuqun tökmələri və s.), binaların qızdırılması üçün istehlak olunanda isə hər 1000 m³ həcmnin qızdırılmasına məsrəfin kəmiyyəti kimi hesablanır.

Təyinatının müxtəlifliyinə görə eyni materialın müxtəlif məsrəf normalalarının işlənilib hazırlanması maddi resurs normalalarını düzgün müəyyən etməklə yanaşı, material resursuna tələbatın həcmnin də dəqiq hesablanmasını təmin etmiş olur.

Material resurslarının normalaşdırılmasında məsrəf normalalarının tərkib və quruluşunun öyrənilməsi də mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Materiallara qənaətin başlıca istiqamətlərindən birini texniki-texnoloji itkilərin və tullantıların azaldılması, bunların təsərrüfat dövriyyəsinə təkrar cəlb edilməsi təşkil edir.

Material sərfinin normallaşdırılması onlardan istifadə səmərəliliyinə xidmət edir. Lakin hər hansı materialdan məsrəf norması faydalı məsrəflərlə yanaşı, texnoloji tullantı və itkiləri də öz tərkibində

əks etdirir. Bu, texnologiyanın mövcud səviyyəsində qaçılmaz itkilərdir. Material məsrəfi norması səviyyəsindən artıq tullantı və itkilərə yol verilməsi müəssisədə istehsalın düzgün qurulmadığını əks etdirir. Bütün tullantı və itkilərin təsərrüfat dövrüyyəsinə cəlb edilməsi müəssisələr üçün birinci dərəcəli təsərrüfat vəzifəsidir.

Materialın məsrəf norması öz tərkibinə görə müxtəlif məsrəflər ünsürlərindən – faydalı məsrəf, texnoloji tullantı və itkilərdən, təşkilati-texniki tullantı və itkilərdən ibarət olur.

Materialın faydalı məsrəfi (hissənin təmiz çəkisi) istehlak olunan materialın istehsal edilən məhsula daxil olan hissəsidir. Başqa sözlə, faydalı məsrəf istehsal olunan məhsulun istehlak dəyərini yaratmaqla məmumatın çəkisini və materialtutumunu müəyyən edir. Material məsrəfinin bu ünsürünün kəmiyyəti texnoloji-konstruktor sənədlərində göstərilir.

Məsrəf normasının tərkibini müəyyən edən digər ünsürlər texnoloji və təşkilati-texniki tullantı və itkilərdir.

Hər şeydən əvvəl göstərmək lazımdır ki, **təkrar istehlakın mümkünlüyü baxımından tullantılar istifadə oluna bilən və istifadə oluna bilməyən itkilər kimi qruplaşdırılır.**

Özünün əmələ gəlmiş istehsalatda təkrar istifadəyə yaramayan, lakin başqa bir istehsalatda utilləşdirilməsi mümkün olan tullantılara əsas və ya köməkçi material kimi istifadə oluna bilən tullantı deyilir. Məsələn, maşınqayırmada yaranan və burada təkrar istifadəsi tam mümkün olmayan metal tullantıları poladəritmədə xammalın mühüm komponenti kimi istehlak edilir.

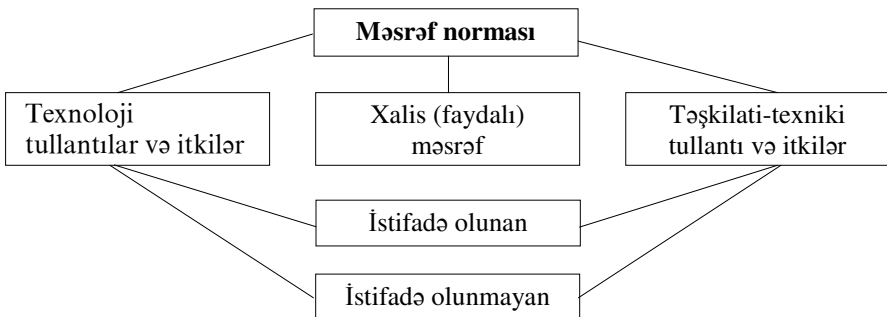
İstifadə oluna bilməyən tullantılar istehsalın mövcud texniki səviyyəsində istehlakı təkrar mümkün olmayan texnoloji və təşkilati-texniki itkilərdir (toza çevrilən və toplanması mümkün olmayan, qaza çevrilən və tutulması mümkün olmayan itkilər və s.).

Texnoloji tullantı və itkilərin yaranması məhsul istehsalı zamanı tətbiq olunan texnoloji istehsal üsulundan, pəstah istehsalı metodundan (ştamplama, sərbəst döymə, kokil tökməsi və s.), xammal və materialların istehsal istehlakına hazırlıq və emal mərhələlərinin texnoloji mükəmməllik səviyyələrindən bilavasitə asılı olur.

Təşkilati-texniki tullantı və itkilər texnika və texnologiya ilə əlaqədar deyildir. Onların yaranması və həcmi istehsalın mütəşək-

killik səviyyəsindən, maddi-texniki təchizatın təşkili səviyyəsindən bilavasitə asılıdır. Məsələn, əgər təchizat fəaliyyətində yol verilmiş nöqsanla əlaqədar olaraq müəssisəyə standarta uyğun olmayan xammal və material gətirilsə, yaxud gətirilən material **tam (qalıqsız) bölünməyən** və yaxud ölçüləri istehsal ediləcək hissənin ölçülərindən xeyli fərqli pəstah gətirilərsə, nəticədə tullantı və itkiyə mütləq yol verilir. Bu hal sabiq SSRİ-nin iqtisadiyyatı üçün daha səciyyəvi idi. Sərt mərkəzləşdirmə şəraitində işləyən müəssisələr aldıkları materialların istehsalçısından birbaşa deyil, vasitəçilərin – təchizatçı təşkilatların vasitəçiliyi ilə alırdılar. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində üfiqi təsərrüfat əlaqələri bu qəbildən olan nöqsanları minimuma endirəcəkdir.

Material məsrəf normasının quruluş tərkibi sxematik olaraq aşağıdakı şəkildə (9.3) verilmişdir.



Şəkil 9.3. Material məsrəf normasının tərkibi

Qeyd etmək lazımdır ki, əgər itki və tullantıların səbəbi texnoloji rejimdə, texnoloji xəritədə yol verilmiş kənarlaşmalardırsa, habelə itkilər həmin istehsal üçün konkret itki və tullantı (məsələn, təbii itki, zay məhsulun həcmi) normativindən yuxarıdırsa, belə itki və tullantılar material məsrəfi normasına daxil edilə bilməzlər. Material məsrəfi yeni məhsulun mənimsənilməsi, avadanlığın təmiri və sazlanması ilə əlaqədar olanda və bu tədbirlərin həyata keçirilməsində müəyyən itkilərə yol verildə, bütün bunlar əsas istehsal üçün məsrəf normasının tərkibinə daxil edilmir.

Materialdan istifadəni təhlil etmək və ehtiyatları aşkara çıxarıb istifadəyə vermək üçün material məsrəfi normasının tərkibi aşağıdakı kimi ifadə olunur:

$$N = Q_x + \dot{I}_{\text{tex}} + \dot{I}_{\text{təş-tex}}$$

Burada, N – material məsrəfi norması;

Q_x – hissəsinin xalis çəkisi, konstruksiya material tutumu;

\dot{I}_{tex} – texnoloji tullantılar;

$\dot{I}_{\text{təş-tex}}$ – təşkilati-texniki tullantılardır.

Texnoloji və təşkilati-texniki səbəblər üzündən yol verilən tullantı və itkilərin düsturda məcmu halında deyil, ayrılıqda göstərilməsində məqsəd işlənilib hazırlanan texniki – təşkilati tədbirləri konkret «ünvanlar» üzrə yönəltməkdir. Normanın tərkibi üzrə təhlil zamanı hər növ itkilərin təfsilatı ilə öyrənilməsi, başqa sözlə, təhlilin dərinədən aparılması təşkilati-texniki tədbirlərin və habelə nəzarətin təsir gücünü daha da artırır.

Maddi ehtiyatlardan istifadə səviyyəsinin təhlili müxtəlif göstəricilərlə, əmsallarla aparılır. Bu göstəricilərin hər birinin mahiyyəti texnoloji prosesin xarakterindən irəli gəlir.

İstehsalatda materiallara qənaət aşağıdakı düsturlarla müəyyən olunur:

$$Q = N \times P_f - F$$

Burada, Q – hesabat dövründə materiala qənaətin miqdarı;

N – məhsul, hissə, məmulat vahidinə material məsrəfi norması;

P_f – hesabat ilində məhsul, hissə, məmulatdan faktiki istehsalın həcmi;

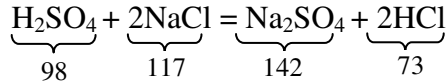
F – hesabat ilində materialın faktik məsrəfi.

Hesablama nəticəsinin müsbət işarə ilə alınması qənaəti, mənfi işarə ilə alınması israfçılığını göstərir. Texnoloji intizama nəzarət zəiflədikdə və materialın müstəqil təyinatına laqeydlilik göstərildikdə onların israfçılıqla istehlakına yol verilir. Müəssisə sexlərində materialların israfçılıqla istehlakına, habelə zay məhsul istehsalına yol verilməsi və istehsal tullantılarından təkrar istifadə olunmaması da ciddi təsir göstərir.

Material məsrəflərinin istifadə səviyyəsinin təhlili bu sahədə əldə olunmuş müvəffəqiyyətləri müəyyən etməkdən başqa hələ istifadəsiz qalan ehtiyatların aşkara çıxarılmasına imkan yaradır.

Kimyəvi reaksiyalara əsaslanan istehsalatlarda materialdan (kimyəvi maddədən) istifadəni səciyyələndirən göstərici öz mahiyyətinə

görə fərqlənir. Belə istehsalatlarda materialdan (maddələrdən) istifadə səviyyəsi öyrənilərkən kimyəvi reaksiyaların gedişinə görə hər hansı maddənin məsrəf norması nəzəri ölçüyə görə qəbul edilir və bu məqsədlə maddələrin molekul çəkilərindən istifadə olunur. Aşağıdakı kimyəvi reaksiyaya və maddələrin molekul çəkilərinə nəzər salaq:



Reaksiyaya görə nəzəri olaraq 142 pay (kq, ton) natrium sulfat almaq üçün 98 pay sulfat turşusu və 117 pay xörək duzu sərf etmək lazımdır. Faktik olaraq bu paylar reaksiyaya daxil olan maddələrin nəzəri kəmiyyət asılılığına nə qədər yaxın olarsa, deməli, materiallardan bir o qədər səmərəli istifadə olunur. Əksinə, kənarçıxma artdıqca israfçılığa yol verilir.

4. İstehsal ehtiyatlarının təsnifatı və təyinatı

İstehsal ehtiyatları dövriyyə vəsaitlərinin mühüm tərkib hissəsi kimi, onun normalaşdırılması mümkün olan ünsürüdür. İstehsal ehtiyatları üzrə normativlər günlük ehtiyatın həcmi ilə müəyyən olunur.

İstehsal ehtiyatları təyinatına görə aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:

a) Xammal, əsas material və satın alınmış yarımfabrikatlardan ehtiyatlar;

b) Köməkçi materiallardan ehtiyatlar;

c) Yanacaqdan ehtiyatlar;

d) Tara və tara materiallarından ehtiyatlar;

e) Ehtiyat hissələrindən ehtiyatlar;

f) Alətlər, təsərrüfat əşyaları və digər azqiymətli, tezköhnələn əşyalardan ehtiyatlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, eyni bir material və ya məhsul ehtiyatı həm istehsal vasitələri ehtiyatına, həm də istehlak şeyləri ehtiyatına aid edilə bilər. Bu hər şeydən əvvəl onun iqtisadi təyinatı ilə, başqa sözlə, hansı sahədə istifadə olunması ilə müəyyən edilir. Məsələn, parça, şəxsi tələbatı ödəmək üçün istifadə edilərsə, onda o istehlak şeyləri ehtiyatına aid edilir. Əgər parça istehsal istehlakı üçün istifadə edilərsə, onda o, istehsal vasitələri ehtiyatı hesab olunur.

İstehsal vasitələrindən iki növ ehtiyat yaradılır: əmtəəlik və istehsal.

Məcmu material ehtiyatı, ehtiyat şəklində olan vəsaitlərin dövrünün bütün mərhələlərində, yəni hazır məhsul istehsalçı müəssisədə əmtəə forması qəbul etdiyi andan (anbarlaşdırıldığı andan) onun istehlakçıda istehsal istehlakına daxil olduğu ana qədər olan mərhələlərdə yaradılan əmtəə-material qiymətlərinin məcmusudur. İqtisadi ədəbiyyatda bu, əmtəəlik və ya satış ehtiyatları adlandırılır.

Müəssisənin fasiləsiz və ahəngdar işini təmin etmək məqsədilə cari, hazırlıq, sığorta və mövsümi adlanan istehsal ehtiyatları yaradılır. Artıq əvvəllər qeyd olunduğu kimi, istehsal ehtiyatları müəssisədə yaradılmış, lakin hələ texnoloji prosesə daxil olmamış xammal, material, yanacaq və s.-dən ibarət olan ehtiyatlardır. Onların aşağıdakı növləri vardır:

Cari ehtiyat – istehsal ehtiyatının əsas hissəsi olmaqla iki məhsul-göndərmə arasındakı vaxt intervalında firmanın normal işləməsini təmin etmək üçün yaradılır. O, gətirildiyi vaxt özünün maksimum, növbəti material partiyasının alınması ərəfəsində minimum həddində olur.

Hazırlıq ehtiyatı – firmada materialın qəbulu, istehsal istehlakına hazırlanması və bilavasitə onun istehlak olunacağı yerə gətirilməsi ilə əlaqədar olan vaxt ərzində istehsalın fasiləsizliyinin təmin edilməsi məqsədilə yaradılır.

Sığorta ehtiyatı – gətirilən xammal və materialların, yanacağın və s.-nin miqdarı və vaxtaşırılığında kənarlaşmalar baş verdiyi hallarda istehsalın fasiləsizliyini təmin etmək məqsədilə yaradılır; cari ehtiyatdan fərqli olaraq sığorta ehtiyatının ölçüsü sabit kəmiyyətdir. Firmanın normal iş fəaliyyəti zamanı bu ehtiyat toxunulmazdır.

Mövsümi ehtiyat – naviqasiya ilə əlaqədar nəqliyyatın işləməsində uzunmüddətli fasilə, xammal və materialların istehsal və ya tədarükünün mövsümi olması, xammal və materialların mövsümi istehlakı ilə əlaqədar yaradılır. Mövsümi ehtiyat da cari ehtiyat kimi dəyişkəndir. Başqa sözlə, bu növ ehtiyat özünün maksimum həddinə materialın gətirilməsində, fasilənin başlanmasında, mövsümiliyin qurtarması zamanı minimum həddinə çatır.

İstehsal ehtiyatlarının idarə edilməsinin başlıca məqsədi onların elə həcmi müəyyən etməkdir ki, o, təkrar istehsal prosesinin fasiləsizliyini minimum ehtiyatlarla və xərclərlə təmin etsin.

Buna ehtiyatların normalaşdırılması, yəni ehtiyat normalalarının müəyyən edilməsi, onların səviyyəsinə daim nəzarət edilməsi və mütəmadi olaraq onların faktiki həcmnin müəyyən edilməsi, normaya uyğun gəlməsi üzrə tədbirlər həyata keçirmək sayəsində nail olmaq olar.

Əsas xammal və materiallardan orta ehtiyat norması orta cari (cari ehtiyatın maksimum və minimum həcmnin yarısı), sığorta və hazırlıq ehtiyatları normalalarının cəminə bərabər götürülür. Bu ehtiyat normasından iki material partiyasının göndərilməsi arasındakı vaxt intervalında ehtiyat formasında mövcud olan material resurslarının ümumi miqdarını və onların saxlanması ilə əlaqədar olan xərclərin məbləğini hesablamaq üçün istifadə edilir.

Haqqında bəhs olunan hər 4 növ istehsal ehtiyatlarının hesablanma qaydaları haqqında «Firmada maddi-texniki təminat» adlı fəsildə ətraflı bəhs olunacaqdır.

Köməkçi materiallara avans edilmiş dövriyyə vəsaitlərinin normativi iki əsas qrup üzrə müəyyən olunur:

Birinci qrupa böyük miqdarda və müntəzəm istifadə olunan materiallar daxildir. Bu qrup üzrə normativlər əsas xammal və materiallar üzrə hesablandığı kimi hesablanır.

İkinci qrupa az miqdarda və nadir hallarda istifadə olunan köməkçi materiallar daxildir. Bunlar üzrə normativlər analitik metodla, keçmiş illərin məlumatları əsasında hesablanır.

Yanacağa sərf olunan dövriyyə vəsaitlərinin normativi əsas xammal və materiallar üzrə hesablanma qaydasından istifadə olunmaqla müəyyənləşdirilir. Yanacağın sərfi hesablanarkən istehsal və qeyri-istehsal ehtiyacları üçün yanacağın sərf olunması nəzərə alınmalıdır. İstehsal ehtiyacları üçün yanacağa tələbat istehsal proqramı və məhsul vahidinə məsrəf norması əsasında müəyyən olunur; qeyri-istehsal ehtiyacları üzrə isə yanacağa tələbat yerinə yetirilən işlərin həcminə görə hesablanır.

Taralara dövriyyə vəsaitlərinin norması onların hazırlanması və saxlanması üsullarından asılıdır. Buna görə də ayrı-ayrı sahələrdə taralara tələbatın hesablanması metodları bir-birindən fərqlənir.

Məhsulların qablaşdırılması üçün iri taralardan istifadə edən müəssisələrdə məsrəf norması xammal və materiallarda olduğu kim hesablanır.

Hazır məhsulun qablaşdırılması üçün istifadə olunan və dəyəri onun (məhsulun) topdansatış qiymətinə daxil edilən və həm də öz istehsalı olan taralar üzrə günlük ehtiyat norması taranın hazırlanmasından məhsulun qablaşdırılmasına qədər onun (taranın) anbarda qaldığı müddətlə müəyyən olunur. Əgər müəssisənin öz istehsalı olan taraların dəyəri hazır məhsulun topdansatış qiymətinə deyil, ümumi və əmtəəlik məhsulun dəyərinə daxil edilsə, onun üçün normativ hesablanmır, çünki o hazır məhsul normativində nəzərə alınır.

Qaytarılmaq şərti ilə xammal və materallarla birlikdə alınan taralar üzrə dövriyyə vəsaitlərinin normativi taranın dəyərinin ödənilməsi anından taranın qaytarılması ilə məhsul alandan həmin məbləği müəssisəyə geri ödəməsinə qədərki müddətdən asılıdır. Xammal, material, hissə və yarımfabrikatların anbarlarda və sexlərdə saxlanması üçün nəzərdə tutulmuş taraların dəyəri taralar üzrə dövriyyə vəsaitlərinin normativi müəyyən olunarkən nəzərə alınmır, çünki onların bir hissəsi əsas fondlar kimi uçota alınır, bir hissəsi isə azqiymətli və tezköhnələn əşyaların tərkibinə daxil edilir.

Ehtiyat hissələrinə dövriyyə vəsaitlərinin normativi ehtiyat hissələrinin tədarük müddətləri və təmir üçün istifadə vaxtından asılı olaraq onların hər biri üzrə ayrılıqda müəyyən olunur. Normanı, keçmiş illərin məlumatları əsasında analitik metodla əsas fondların balans dəyərinə görə də müəyyən etmək olar.

Azqiymətli və tezköhnələn əşyalar üzrə normativlər alət və tərtibatlar, azqiymətli inventarlar, xüsusi paltar və ayaqqabılar, xüsusi alət və inventarlar üzrə ayrı-ayrılıqda hesablanır. Alət və tərtibatlar üzrə normativlər lazım olan azqiymətli və tezköhnələn alətlərin dəyərlərinin birbaşa hesablanması yolu ilə müəyyən olunur. Azqiymətli inventarlar üzrə normativlər kantor, məişət və istehsal inventarları üzrə ayrı-ayrılıqda hesablanırlar. Bu normativlər yerlərin miqdarı və bir yerə düşən inventar dəstinin dəyəri əsasında müəyyən olunur. Xüsusi paltar və ayaqqabılar üzrə normativlər onların nəzərdə tutulduğu işçilərin sayı və bir dəstin dəyəri əsasında müəyyən edilir. Xüsusi inventar və tərtibatlar üzrə normativ isə onların tələb olunan dəsti, dəyərləri və xidmət müddətləri əsasında hesablanır.

Müəssisədə istehsal ehtiyatlarının normalaşdırılmasının düzgün həyata keçirilməsi dövriyyə vəsaitlərindən səmərəli istifadə-

nin mühüm istiqamətlərindən biridir. Çünki, normalaşdırma ehtiyatların idarəedilmə vasitəsi olmaqla, onlardan istifadə səviyyəsini qiymətləndirməyə imkan verir.

Ümumi nəticə bundan ibarətdir ki, istehsal ehtiyatlarının hər birinin ayrılıqda və hamısının birlikdə təyinatları istehsal prosesinin fasiləsizliyini təmin etməkdir.

5. Firmada bitməmiş istehsal və gələcək dövrün xərclərinin normalaşdırılması

Bitməmiş istehsal və özünün hazırladığı yarımfabrikatlar müəssisənin dövriyyə vəsaitlərinin çox mühüm hissəsini təşkil edir. Bitməmiş istehsal dövriyyə fondlarının quruluşunda istehsal ehtiyatlarına nisbətən az xüsusi çəkiyə malik olsa da, firma və müəssisənin iqtisadiyyatında istehsalın təşkili baxımından çox əhəmiyyətlidir. Belə ki, bitməmiş istehsal zədəl şəklinə texnoloji prosesin bütün mərhələlərində, iş yerlərinin hamısında elə kəmiyyətdə olmalıdır ki, onlar arasındakı istehsal gücü üzrə proporsiyalar pozulmasın. Əgər belə olmazsa, istehsalın ahəngdarlığı pozulur, eyni vaxtdan bir eyni miqdarda məhsul istehsalı qeyri-mümkün olur. Bütün bunlara görə də dövriyyə fondlarının bitməmiş istehsalda olan hissəsi daimi nəzarət tələb edir: onun həcmi normativindən yuxarı qalxmasına, nə də aşağı düşməsinə yol vermək olmaz – hər iki hal müəssisənin iqtisadiyyatına ziyan gətirə bilər.

Bitməmiş istehsalda dövrü vəsaitlərinin normativi dörd amildən: istehsal olunan məhsulun həcmi və tərkibindən, istehsal tsiklinin uzunluğundan, məhsulun maya dəyərindən və istehsal prosesində xərclərin artma xarakterindən asılıdır.

Məhsul istehsalının həcmi bitməmiş istehsalın kəmiyyətinə birbaşa təsir göstərir: digər şərtlər dəyişməz olduqda, məhsul istehsalı nə qədər çoxdursa, bitməmiş istehsalın da həcmi bir o qədər böyük olur. İstehsal olunan məhsulların həcmi bitməmiş istehsalın həcminə müxtəlif formalarda təsir göstərir. İstehsal tsikli kiçik olan məhsulların xüsusi çəkisi artdıqda bitməmiş istehsalın həcmi azalır və əksinə.

Məhsulun maya dəyəri də bitməmiş istehsalın həcminə birbaşa təsir göstərir. İstehsal xərcləri nə qədər aşağıdırsa, dəyər ifadəsində bitməmiş istehsalın həcmi də bir o qədər az olur. Maya dəyərinin artması bitməmiş istehsalın həcmi çoxaldır.

Bitməmiş istehsalın həcmi istehsal tsiklinin uzunluğundan da bilavasitə asılı olur. İstehsal tsiklinin azaldılması bitməmiş istehsalın da həcmnin azalması ilə nəticələnir.

Bitməmiş istehsaldakı dövriyyə vəsaitlərinin normasını müəyyən etmək üçün məhsulun hazırlıq dərəcəsini də bilmək lazımdır. Bunu xərclərin çoxalma əmsalı əks etdirir. İstehsal prosesində xərclər birdəfəlik və çoxalan xərclərə bölünürlər. Birdəfəlik xərclərə istehsal tsiklinin əvvəlində sərf edilən xərclər (xammalın, əsas materialların və kənardan alınmış yarımfabrikatların sərfi), çoxalan xərclərə isə qalan digər xərclər (amortizasiya ayırmaları, elektrik enerjisi məsrəfləri, əmək haqqı və s.) aiddir. Xərclərin çoxalma əmsalı xərclərin bərabər və qeyri-bərabər artımı üçün müəyyən olunur. Bərabər artım üçün xərclərin çoxalma əmsalı aşağıdakı kimi düsturun köməyi ilə hesablanır.

$$K = \frac{F_{\text{bird}} + 1/2 F_{\text{ar}}}{F_{\text{bird}} + F_{\text{ar}}}$$

Burada, K – xərclərin çoxalma əmsalı;

F_{bird} – birdəfəlik xərclər;

F_{ar} – artan xərclər.

Xərclərin qeyri-bərabər artımı üçün istehsal tsiklinin müddəti üzrə xərclərin çoxalma əmsalı aşağıdakı kimi hesablanır:

$$K = \frac{OMD}{İMD}$$

Burada, OMD – bitməmiş istehsaldakı məmulatların orta dəyəri;

$İMD$ – məmulatların istehsal maya dəyəri.

Bitməmiş istehsalda dövriyyə vəsaitlərinin normativi (N) aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanır:

$$N = X \times T \times K$$

Burada, X – məhsul istehsalına çəkilən birgünlük xərclər;

T – istehsal tsiklinin günlərlə uzunluğu;

K – xərclərin çoxalma əmsalı.

Müəssisənin illik fəaliyyəti planlaşdırılarkən, yəni istehsal proqramı tərtib edilərkən bitməmiş istehsal üçün müəyyənləşdirilmiş normativlər nəzərə alınır.

Bitməmiş istehsalın normativlərdən artıq olması dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyə sürətinin aşağı düşməsinə, istehsal meydançalarından səmərəsiz istifadə olunmasına və saxlanma rejiminin pozulmasına görə yarımfabrikatların keyfiyyətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. Bitməmiş istehsalın normativlərdən az olması, yəni çatışmamazlığı, işçilərin və avadanlıqların boşdayanma hallarının artmasına, istehsal gücündən səmərəsiz istifadəyə, həm də boşdayanma hallarının ödənilməsi ilə əlaqədar lüzumsuz xərclərin çoxalması ilə nəticələnir. **Bitməmiş istehsalın kəskin çatışmamazlığı isə, ümumiyyətlə texnoloji prosesin pozulmasına gətirib çıxara bilər.** Bütün bunlara görə də bitməmiş istehsal texnoloji prosesin hər bir keçidi üzrə çox ciddi və dəqiq hesablanmalıdır.

Sexdə bitməmiş istehsalın ümumi miqdarı (həcmi) bütün qruplar üzrə bitməmiş istehsalların cəmi kimi müəyyən edilir. Bitməmiş istehsalın ümumi həcmi sexin normal işini təmin etməlidir. Lakin istehsalda müxtəlif gözlənilməz hallar (məsələn, bu və ya digər avadanlığın sıradan çıxması kimi) baş verə bilər. Buna görə də istehsalın ayrı-ayrı mərhələləri üçün müəyyən miqdarda yarımfabrikatlardan sığorta ehtiyatı yaradılır. Onun həcmi əvvəlcədən hesablanması – təsadüflərlə əlaqədar olduğundan – mümkün deyildir. Sığorta ehtiyatının miqdarı (həcmi) istehsalın təşkilindən və texniki səviyyəsindən asılıdır.

İl ərzində dövriyyə fondlarının bitməmiş istehsalda olan həcmi tapmaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$N_{bi} = M \times M_d \times T_m \times \Theta_d$$

Burada, N_{bi} – dövriyyə fondlarının bitməmiş istehsalda olan həcmi;

M – natural ölçülərdə məhsul buraxılışının həcmi;

M_d – məhsul vahidinin maya dəyəri;

T_m – məhsulun istehsalı müddəti;

Θ_d – məmulatın bitməmiş istehsalda hazırlama səviyyəsi (bu, bitməmiş istehsalda maya dəyərinin hazır məhsulun maya dəyərinə nisbəti kimi hesablanır).

Qeyd etmək lazımdır ki, bitməmiş istehsalın normalaşdırılması müəssisənin işinin fasiləsizliyini təmin etməyə və səmərəliliyini artırmağa, istehsal güclərindən tam və dolğun istifadəyə xidmət edir. Bu

normativlərin dəqiq hesablanması və onlara əməl edilməsi istehsal güclərinin müəyyən dövr (il, yarım il və s.) ərzində tam yükləndiyi şəraitdə mümkündür.

Əvvəllər qeyd olunduğu kimi, gələcək dövrün xərclərinə hazırkı dövrdə çəkilmiş, lakin gələcək dövrə aid olan xərclər aiddir. Bu xərclər üzrə normativ ($N_{g.d.x.}$) aşağıdakı düsturla müəyyən olunur:

$$N_{g.d.x.} = X_o + X_p - X_m$$

Burada, X_o – cari ilin əvvəlinə gələcək dövrün xərcləri;

X_p – smeta üzrə plan dövründə çəkilən xərclər;

X_m – planlaşdırılan dövrdə məhsulun maya dəyərinə daxil edilən xərclər.

Firmada gələcək dövrün xərclərinin cari dövrdə çəkilib gələcəkdə maya dəyərinə daxil edilməsi xüsusiyyətilə əlaqədar onun həm normalaşdırılması və həm də idarə olunması xüsusi səy tələb edir.

6. Firmada tədavül fondlarının idarə olunması

Firmada tədavül fondlarının düzgün idarə olunması dövriyyə vəsaitlərindən səmərəli istifadənin əsas istiqamətlərindən biridir. Xüsusilə, bazar münasibətləri şəraitində maliyyə münasibətlərinin əhəmiyyətinin artdığı bir dövrdə, pul vəsaitlərinin hərəkətində vaxt amilinin nəzərə alınması, inflyasiya və valyuta kurslarının dəyişməsi tədavül fondlarının idarə olunması və onların üzərində mütəmadi nəzarət tələb edir və onun əhəmiyyətini artırır.

Tədavül fondlarının mühüm tərkib hissəsi hazır məhsul qalığıdır. Hazır məhsul ehtiyatının yaradılması firmaya istehsal planının tərtibində və marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsində sərbəstlik verir. **Firmada məhsul istehsalı ciddi şəkildə satışa istiqamətlən-məməlidir.** Hazır məhsuldan böyük həcmdə ehtiyatların yaradılması istehlak tələbini səmərəli şəkildə ödəməyə imkan verir. Əgər müəssisədə müəyyən növ məhsuldan müvəqqəti olaraq ehtiyat yaradılmayıbsa, onda bu, həm indiki, həm də gələcəkdəki satışları (sifarişləri) itirməklə nəticələnə bilər.

Hazır məhsul ehtiyatının yaradılması müəyyən xərclərlə əlaqədardır. Həmin xərclərə bu ehtiyatların saxlanması, nəql edilməsi xərcləri və habelə bu ehtiyatların yaradılmasına sərf olunmuş investisiyaya

hesablanan mənfəət daxildir.

Hazır məhsul ehtiyatlarının həcmi o həddə qədər artırıla bilər ki, əldə olunan qənaət, əlavə ehtiyatın yaradılması ilə əlaqədar xərclərdən çox olsun. Hazır məhsul ehtiyatının normativi (tədavül fondlarının bu ünsürü normalaşdırılır) faktiki qənaətin həcmindən, əlavə ehtiyatların yaradılmasına çəkilən xərclərdən və bu ehtiyatlar üzərində səmərəli nəzarətdən asılıdır. Aydın ki, bu ehtiyatların həcmi istehsal, marketing və maliyyə xidmətləri ilə razılaşdırılmalıdır.

Hazır məhsul ehtiyatlarının idarə olunması zamanı, ilk növbədə, məhsul növləri üzrə sifarişin səmərəli ölçüsü müəyyən olunmalıdır. Sifarişin səmərəli ölçüsünün müəyyən olunması nəinki hazır məhsul qalığının qorunub saxlanması ilə, həm də sifarişin yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar xərclərin optimallaşdırılması baxımından mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Praktikada hazır məhsula tələbi kifayət dərəcədə dəqiq müəyyən etmək o qədər də asan məsələ deyildir. Adətən, hazır məhsula tələb müəyyən müddət ərzində statik vəziyyətdə olmur, mütəhərrik olur, tez-tez dəyişir. Tələbdən başqa, sifarişin alınmasından sonra hazır məhsulun istehsalı üçün zəruri olan vaxt da müəyyən dəyişikliklərə məruz qalır. **Bu dəyişikliklər müəssisədə hazır məhsullardan, istehsal ehtiyatı kimi, sığorta ehtiyatlarının da yaradılmasını tələb edir.** Qeyd etmək lazımdır ki, bu ehtiyatların da – mövcud şəraitdən asılı olaraq – optimal həcmi müəyyən olunmalıdır. Hazır məhsuldan sığorta ehtiyatının optimal həcmi müəyyən olunması, məhsulun çatışmayan həcmi ilə bunu doğuran səbəbin neytrallaşdırılmasına kifayət edən sığorta ehtiyatının yaradılması ilə əlaqədar xərclər arasında tarazlığın tapılması ilə bağlıdır.

Beləliklə, müəssisədə hazır məhsul ehtiyatının yaradılması müəyyən xərclərlə bağlıdır. Elə buna görə də, hazır məhsul ehtiyatının yaradılmaması müəyyən risklərlə əlaqədardır və ciddi itkilərə səbəb ola bilər. Bu baxımdan, qeyd edilən itkilərin aradan qaldırılması üçün hazır məhsulun hər bir növündən optimal ehtiyat yaradılmalıdır.

Firmada hazır məhsuldan ehtiyatın optimal həcmdən çox yaradılmasına da yol vermək olmaz, çünki bu, dövrüyyə vəsaitlərdən istifadənin səmərəlilik səviyyəsinə mənfəi istiqamətdə təsir göstərə bilər.

Firmanın istehsal etdiyi hazır məhsul dövriyyə vəsaitlərinin istehsal sferasından tədavül sferasına keçdiyini xarakterizə edir. Bu, artıq qeyd olunduğu kimi, tədavül fondlarının yeganə normalaşdırılan ünsürüdür. Hazır məhsula dövriyyə vəsaitlərinin normativi ($N_{h,m}$) aşağıdakı düsturla müəyyən olunur:

$$N_{h,m} = R \times D$$

Burada, R – istehsal maya dəyəri ilə əmtəlik məhsulun bir günlük buraxılışı;

D – hazır məhsuldan günlük ehtiyat norması.

Anbarda hazır məhsul ehtiyatı üzrə müəyyən edilmiş norma məhsulun zəruri olan həcmdə dəstləşdirilməsi və yığılmasına, məhsulun qablaşdırılmasına, markalanmasına və yüklənib yola salınmasına qədər anbarda saxlanmasına, yola salınma stansiyasına çatdırılması və boşaldılmasına çəkilən müddətlə müəyyən olunur.

Dövriyyə vəsaitlərinin xüsusi normativləri hesablanıb toplanaraq normalaşdırılan dövriyyə vəsaitlərinin məcmu normativi tapılır.

Müəssisədə pul vəsaitlərinin saxlanması sövdələşmə, xəbərdarlıq, möhtəkirlilik motivləri ilə əlaqədardır. Sövdələşmə motivi müəssisənin fəaliyyəti nəticəsində əmələ gələn öhdəliklərin yerinə yetirilməsi üçün nağd pula olan tələbatından irəli gəlir. Belə ki, müəssisə müxtəlif təyinatlı məhsulların alınması, əmək haqqının, vergi və dividendlərin ödənməsi və s. üçün müəyyən məbləğdə pul vəsaitlərinə malik olmalıdır.

Xəbərdarlıq motivi gözlənilməz hallarda yaranan öhdəlikləri yerinə yetirmək məqsədilə pul vəsaitlərinin saxlanması ilə əlaqədardır. Müəssisəyə nağd pul vəsaitlərinin axını qabaqcadan nə qədər dəqiq qiymətləndirilərsə və ya gözlənilməz nağd pul məsrəflərini həyata keçirmək üçün kreditin əldə olunması imkanları nə qədər yüksəkdirsə, pul ehtiyatına olan tələbat bir o qədər azalır. Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisənin pul vəsaitlərinin hamısını öz təyinatına görə nağd şəklində saxlamaq məqsəduyğun deyil, onun müəyyən hissəsini təqribən pula bərabər aktivlərdə – qiymətli kağızlarda saxlamaq olar.

Möhtəkirlilik motivi – qiymətli kağızların qiymətinin gözlənilən dəyişməsi nəticəsində əlavə gəlirin əldə edilməsi məqsədilə nağd pul vəsaitlərinin saxlanması ilə əlaqədardır. Əgər faiz dərəcələrinin yük-

səlməsi və qiymətli kağızların qiymətinin aşağı düşməsi gözlənilirsə, onda pulu nağd formada o vaxta qədər saxlamaq lazımdır ki, faiz dərəcəsinin artımı dayansın. Faiz dərəcəsinin aşağı düşməsi gözlənilirsə, onda nağd vəsaitlər qiymətli kağızlara investisiya oluna bilər. Bu halda faiz dərəcəsinin aşağı düşməsindən və qiymətli kağızların qiymətinin artmasından müəssisə əlavə gəlir qazana bilər.

Firmanın pul vəsaitlərinin idarə olunması nağd pulların alınması və sərbəst pul vəsaitlərindən faizlərə görə əldə olunan gəlirlərin maksimumlaşdırılması ilə əlaqədardır; o, debitor borclarının əmələ gəlməsindən başlayır və pulun əldə olunması ilə başa çatır. Bu iki məqamın arasındakı fəaliyyət nağd vəsaitlərin idarə olunması sferasına aiddir. Firmanın reallaşdırdığı məhsulların alıcılarının ona olan öhdəliklərinin yerinə yetirməsinə yönəldilmiş səyləri debitor öhdəliklərinin idarəedilməsinə daxildir, öz öhdəliklərini ödəməyə dair qərarı isə onun (müəssisənin) kreditor öhdəliklərinin və toplanmış ödənişlərinin idarə olunması ilə əlaqədardır.

Müəssisə pul vəsaitlərinin qəbul edilməsi və ödənilməsinin müxtəlif metodları vasitəsilə onların idarə edilməsinin səmərəliliyini artırma bilər. Bu zaman əsas məqsəd ondan ibarətdir ki, debitor borclar – nə qədər mümkündürsə – tez bir zamanda pul vəsaitinə çevrilsin, kreditor borcları isə gec ödənilsin.

Hər bir müəssisə özünün pul qalığının həddini müəyyən etməlidir. Çünki əlavə nağd pulun saxlanması qiymətli kağızlara investisiya edilmiş pul vəsaitlərinə düşən faizlərdən əldə edilə bilən gəlirlərin itirilməsi ilə nəticələnir.

Müəssisənin kredit siyasətinə məhsulun reallaşdırılması ciddi şəkildə təsir göstərir. Kredit müəssisənin istehsal etdiyi məhsula olan tələbin dəyişməsinə səbəb olan çoxsaylı amillərdən biridir. Nəzəri cəhətdən müəssisə kreditqabiliyyətlik normativini o vaxta qədər aşağı salmalıdır ki, nəticədə, əldə edilmiş mənfəət debitor öhdəlikləri ilə əlaqədar əlavə xərclərdən çox olsun. Debitor borcları ilə əlaqədar xərclər satışın həcmnin və pulun daxil olması dövrünün artması səbəbilə arta bilər.

Bazar münasibətləri şəraitində inflyasiyanın səviyyəsinin və valyuta kurslarının dəyişməsi iqtisadiyyat üçün mümkün olan hallardır. Bu baxımdan müəssisə yüksək inflyasiya şəraitində de-

bitör borclarını minimuma endirməyə, kreditor borclarını isə nisbətən artırmağa çalışmalıdır.

Beləliklə, müəssisədə tədavül fondlarından səmərəli istifadə olunmasına məhsulun satışının səmərəli təşkili, hesablaşmaların səmərəli formalarının tətbiqi, sənədləşmənin vaxtında həyata keçirilməsi, müqavilə və ödəmə intizamına əməl olunması və s. bu kimi amillər həllədiçi təsir göstərir.

Tədavül fondlarının düzgün idarə olunması, başqa sözlə, onlardan istifadənin yaxşılaşdırılması, nəticə etibarilə, dövriyyə vəsaitlərinin səmərəlilik səviyyəsini yüksəldir, müəssisənin iqtisadi inkişafına müsbət planda ciddi şəkildə təkan verir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Dövriyyə fondlarının iqtisadi mahiyyətini izah edin.
2. Dövriyyə fondlarının tərkibi nələrdən ibarətdir?
3. İstehsal ehtiyatlarının təyinatı və tərkibi.
4. Gələcək dövrün xərclərinin mahiyyətini izah edin.
5. Tədavül fondlarının tərkibi haqqında nə bilirsiniz?
6. Materiallardan istifadəni xarakterizə edən göstəricilər hansılardır?
7. Məsrəf norması və tərkibi haqqında nələri bilirsiniz?
8. Dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyə sürəti necə hesablanır?
9. Dövriyyə vəsaitlərinin hansı elementləri normalaşdırılır?

BÖLMƏ V

FİRMANIN İNKİŞAFININ İDARƏ EDİLMƏSİ VƏ PLANLAŞDIRILMASI

Fəsil 10. Firmanın idarəetmə mexanizmi və onun təşkilati quruluşu

1. İdarəetmənin mahiyyəti və prinsipləri
2. İdarəetmənin funksiyaları və onların təsnifatı
3. İdarəetmənin metodları və onların tətbiqi istiqamətləri
4. Firmanın idarəetmə mexanizminin təşkilati quruluşu

1. İdarəetmənin mahiyyəti və prinsipləri

İdarəetmə, çox ümumi şəkildə, fərdin və ya kollektivin öz iradələri, ideya və fikirlərinin həm mümkün olan və, həm də zərurət yaranan yerdə, məqsədəyönlü şəkildə reallaşdırılmasıdır.

İnsanlar bioloji qanun və qanunauyğunluqları dərk etməklə özlərinin işləmiş olduğu bioloji texnologiyalar, aqrotexniki üsullar vasitəsilə – natamam olsa da – canlı təbiətin (bitki və, xüsusilə, heyvanlar aləminin) öbyektlərini də idarə edə bilirlər. Cansız təbiətə (qeyri-üzvi mühitə) gəlincə o, əsasən, fizika və kimyanın qanunlarına tabe olsa da, onların vasitəsilə "idarə" olunsa da, insanlar onda dəyişiklik etmək yolu ilə – mineral xammalın hasilatı, təbii enerjilərdən (su, külək, günəş və s.) istifadə, müxtəlif təyinatlı qurğuların tikilməsi və s. vasitəsilə – onun da idarə olunmasında bu və ya digər dərəcədə iştirak edirlər.

İnsanlar texniki obyektlərə, texnoloji proseslərə – özünün yaratdıqlarına – təsir etməklə müəyyən nəticələrə nail olmaq üçün onları da idarə etməyə müyəssər olurlar.

Texnika və texnologiyanın idarə oluna bilməsi imkanını insanlar onların konstruksiyasına – hələ layihələndirmə mərhələsində – daxil edir, istismar zamanı isə gerçəkləşdirə bilirlər.

Bütün bunlarla qarşılıqlı asılılıqda və əlaqədə olan idarəetmənin ən ali və çox geniş yayılmış forması mötəbər məlumatlara, qanun, təklif, sərəncam, göstəriş və s. bu kimi vasitələrə cəmiyyətin, iqtisadiyyatın, əmək kollektivinin (müəssisənin, firmanın), istehsalın, texnologiyanın, keyfiyyətin, ayrı-ayrı cəmiyyət üzvlərinin (insanların) və s. idarə olunmasıdır.

Beləliklə, idarəetmə insanların şüurlu şəkildə ətraf mühitə, canlı və cansız təbiətə, texnika və texnologiyaya, istehsal heyətinə təsir etməklə hadisə və prosesləri öz axarına yönəltmək yolu ilə zəruri olan, ehtiyac duyulan nəticələrə nail olmaqdır.

Məsələyə tam aydınlıq gətirmək üçün bir məqama da toxunmaq lazımdır. "İdarəetmə" və "menecment" arasında nə kimi oxşarlıq və fərqlər vardır? İngilis sözü olan "menecment" rus dilinə "upravleniye", Azərbaycan dilinə isə "idarəetmə" kimi tərcümə olunur. Lakin "idarəetmə" ilə "menecment" öz məzmunlarına və miqyaslarına görə fərqli anlayışlardır. "İdarəetmə" daha geniş anlayışdır, obrazlı desək, o, dövlətin də, avtomobilin də idarə olunmasını özündə birləşdirir. İdarəetmə menecmentə nisbətən daha universaldır, genişdir. Menecment idarəetmənin bir hissəsidir və deməli, ona daxildir. Menecment həm də iqtisadiyyatın idarə edilməsinin bir hissəsi olmaqla, yalnız müəssisə miqyasındakı hadisə və prosesləri əhatə edir. İdarəetmə bütün hallarda menecmenti əvəz edə bilər, əksinə isə mümkün deyil.

Firmanın əsas vəzifəsi, məlum olduğu kimi, müəyyən tələbatı ödəyə bilən istehsal-texniki təyinatlı məhsul və istehlak şeyləri istehsal etmək, onları reallaşdırmaq və mənfəət əldə etməkdir. **Mahiyətinə görə çox mürəkkəb olan bu proses firmanı əhatə edən, dəyişən və getdikcə daha da mürəkkəbləşən xarici mühitdə kortəbii şəkildə baş verə bilməz, o, mütləq idarə olunmalı və qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olunmasına yönəldilməlidir.**

Firma miqyasında idarəetmə – müəssisənin həm fəaliyyət (müəssisənin idarə edilməsi) və həm də insanlara təsir mexanizmlərinin məqsəddə uyğun şəkildə formalaşdırılmasıdır. Bu iki proses mahiyyət və əhəmiyyətlərinə görə analoq təşkil etmirlər və elə buna görə də firmanın və heyətin idarə edilməsini fərqləndirmək lazımdır.

Heyətin idarə edilməsi, əvvəllər qeyd edildiyi kimi, firmada məşğul olan insanların davranışlarına təsir göstərməyə istiqamətləndiri-

lən tədbirlər sistemidir. Firma rəhbərliyinin öz tabeçiliyində olan insanlara təsir səviyyəsi və əməkdaşların idarəetmədə iştirak dərəcələri müxtəlif formalarda təşkil oluna bilər. Heyətin idarə edilməsi prosesində ön planda davranış aspektləri dayanır.

Firmada idarəetmə prosesi müxtəlif mərhələlərdən ibarət olur və bunlara planlaşdırma, planların reallaşdırılması və nəzarət daxildir. İdarəetmənin hər bir mərhələsi onun metodları ilə təkmilləşdirilir və müəssisə miqyasında tətbiq olunurlar. İdarəetmə – fəaliyyətlə (idarəetmə funksiya kimi) yanaşı, həm də idarəetmə fəaliyyəti ilə məşğul olan insanları da (idarəetmənin vasitəsi kimi) əhatə edir.

Firmada həyata keçirilən istehsal-kommersiya fəaliyyətini şərti olaraq istehsalın özünə (idarəetmə obyektini) və təşkilatın idarəetmə aparatına (idarəetmə subyektini) ayırmaq olar. Firmanın idarəetmə orqanlarında idarəetmə üçün zəruri olan məlumatların toplanması prosesi həyata keçirilir. İdarəetmənin həyata keçirilməsi, daha doğrusu, qərarların (idarəetmə əməyinin məhsulu) hazırlanması üçün informasiyanın yığılması, emalı və verilməsi kimi çox məsul işlərin icrası lazımdır. **Göründüyü kimi, burada – "İqtisadi nəzəriyyə"nin anlayışlarına görə – əmək predmeti informasiyadır, əmək aləti – informasiyanın emalında, təhlilində və verilməsində istifadə olunan hesablama texnikasıdır, hazır məhsul isə – müəssisənin qarşısında duran vəzifələri daha tez və səmərəli həll etmək məqsədilə icrası istehsal heyətinə tapşırılan təsərrüfat qərarlarıdır.**

Daxili və xarici əlaqələrinə görə mürəkkəb istehsallarda hər hansı bir təsərrüfat tədbiri gerçəkliyə çevrilməzdən əvvəl, o, informasiya təminatı cəhətdən ideal surətdə işlənməlidir; məhsulu, onun hazırlanması üçün avadanlığı, texnoloji prosesi layihələndirmək, maddi-texniki resurslara olan tələbatı müəyyən etmək, istehsalı təşkilatı və maddi cəhətdən qaydaya salmaq, onun səmərəliliyini, daha da inkişaf edib genişlənməsi imkanını əvvəlcədən hesablamaq lazımdır. Əslində istehsal prosesindəki hər hansı bir dəyişiklik idarəetmə sisteminə qərarın qəbul edilməsindən başlanır. Informasiya maddi istehsalın təzahür formasıdır və həmişə onunla yanaşı gedir, lakin eyni zamanda o, istehsal prosesini müəyyən edir və onun inkişafını istiqamətləndirir. Informasiyanın idarəetmədəki rolu və əhəmiyyəti də məhz bununla izah olunur.

İdarəetmə qarşıda qoyulan məqsədlərə lazımı müddətdə – müəyyən vaxt intervalında – minimum maddi və əmək resurslarının sərfi ilə nail olmağa yönəldilmiş idarəetmə subyekti ilə istehsal heyətinin birgə həyata keçirdikləri tədbirlər sisteminin ibarətdir.

İdarəetmə sistemi idarəetmə məqsədlərinin, idarəetmənin strukturu, forma və metodlarının məcmusudur. İdarəetmə sistemi dinamikdir, onun üsürlərinin konkret məzmunu sosial və iqtisadi şəraitin dəyişməsi ilə dəyişir.

İdarəetmənin məqsədi idarəetmə obyektinin (məsələn, müəssisənin) gələcəkdə arzu olunan vəziyyətə gətirilməsini nəzərdə tutur, əks etdirir. İdarəetmə prosesində müxtəlif bölmələr qarşısında müxtəlif məqsədlər qoyulsa da, onlar bir-birinə tabe olduğundan məqsədlər ierarxiyasını əmələ gətirirlər. Məqsədlər ierarxiyası fərdi məqsədlərin daha yüksək məqsədləri müəyyən etməsi və əksinə, əsas məqsədin daha aşağı səviyyəli məqsədlər üçün özül olmasını, həlledici əhəmiyyət kəsb etməsini ifadə edir.

İdarəetmədə qaşıya qoyulan məqsədlər bir sıra tələblərə cavab verməlidir ki, bunlara da aşağıdakılar aiddir:

– məqsədlərin uzlaşması, vəhdətdə olması və bir-birinə zidd olmaması;

– real olması (yerinə yetirilməsinin mümkün olması);

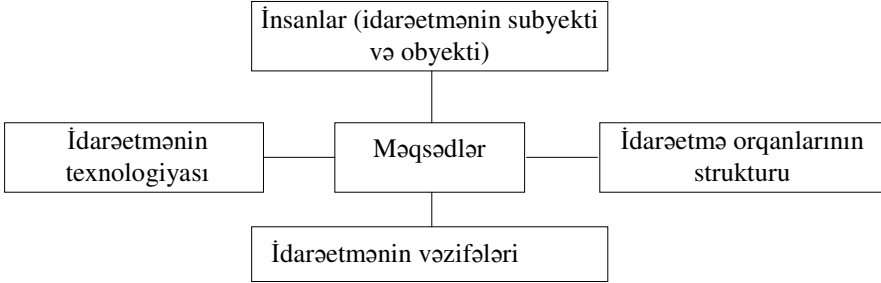
– icraçılar üçün aydın olması;

– çevik olması.

Bazar münasibətləri şəraitində idarəetmə mexanizmi xarici mühitin dəyişməsi ilə əlaqədar firmanın (müəssisənin) məqsədlərinin müttəamadi olaraq dəqiqləşdirilməsi və ya dəyişməsi ilə xarakterizə olunur. Müasir dövrdə istehsal və idarəetmə sisteminin dəyişən şəraitə uyğunlaşması üçün xarici mühitin dəyişməsinə dair proqnozlar əldə olunmalı və məqsədlər bu proqnozlara uyğun dəqiqləşdirilməlidir. Bu, strateji idarəetmə prinsiplərinə əsaslanır və onların vasitəsilə həyata keçirilir. **Strategiya – kifayət qədər uzun müddət üçün müəyyən edilmiş, rəqabət üstünlüklərinin və səmərəliliyin artırılması əsasında stabil iqtisadi göstəricilərə və bu göstəricilərin artımına nail olmağa imkan verən istiqamətlərin, fəaliyyət qaydaları və normalarının məcmusudur.**

Qeyd etmək lazımdır ki, insanlarla, predmetlərlə və informasiyalarla işləmək idarəetmənin bilavasitə vəzifələridir.

Firma və müəssisənin məqsədlərinə gəlincə, onlar idarəetmənin bütün elementləri ilə əlaqəlidir və qarşılıqlı asılılıqdadırlar.



Şəkil 10.1. İdarəetmənin məqsədlərinin onun elementləri ilə qarşılıqlı əlaqəsi

Firmanın idarə olunması müəyyən prinsiplərə əsaslanır və bu prinsiplərdə firmaya rəhbərliyin əsas qaydaları, idarəetmə orqanlarının təşkilatı quruluşu və onların iş üslubu qarşısında qoyulan tələblər, inzibati idarəetmə orqanlarının əmək kollektivləri ilə qarşılıqlı əlaqələri, firmanın müxtəlif idarəetmə pillələri arasındakı münasibətlərin forma və üsulları öz əksini tapır. İqtisadi ədəbiyyatda idarəetmənin prinsiplərinə dair müxtəlif fikirlər mövcuddur. Bu onunla əlaqədardır ki, idarəetmənin özünün məzmununa müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Məsələn, fransız iqtisadçısı A.Fayol özünün "Ümumi və sənaye menecmenti" kitabında idarəetmənin aşağıdakı çoxsaylı prinsiplərini irəli sürmüşdür:

1. İdarəetmədə əmək bölgüsü. Əməyin bölgüsü nəticəsində hər bir rəhbər işçi üçün diqqət və səylərin istiqamətləndiyi məqsədlərin sayı azalır ki, bu da səmərəliliyi artırır.

2. Səlahiyyət və məsuliyyət. Rəhbər işçinin səlahiyyəti onun əmr vermək hüququnu göstərsə, məsuliyyəti isə səlahiyyətinin əksidir, yəni öhdəliklərini ifadə edir. Hər bir vəzifənin həm səlahiyyəti və həm də məsuliyyəti olur.

3. İntizam. Bu prinsip firma ilə onun işçiləri arasında əldə olunmuş razılışmaya əməl və hörmət etməyi nəzərdə tutur. Firma və onun işçiləri arasında əlaqələndirilən bu razılışmaların müəyyən olunması rəhbərliyin əsas vəzifələrindən biridir.

4. Təkbəşinəçilik. İşçi çox yerdən deyil, özünün tabe olduğu şəxsdən əmr almalıdır.

5. İstiqamətlərin vəhdəti. Bir məqsəd çərçivəsində fəaliyyət göstərən hər bir qrup vahid plana riayət etməli və bir rəhbərə tabe olmalıdır.

6. Şəxsi mənafelərin ümumi mənafeyə tabe olması. Bir işçinin və ya işçilər qrupunun mənafeləri firmanın (müəssisənin) mənafeyindən üstün tutulmamalıdır.

7. Heyətin mükafatlandırılması. İşçilərin etibarlılığını və verilmiş tapşırığın yerinə yetirilməsində köməklərini təmin etmək üçün onlar öz xidmətlərinə görə əmək haqqı almalıdırlar.

8. Mərkəzləşdirmə. Bu, əmək bölgüsü kimi, idarəetmənin zəruri prinsipidir. Lakin mərkəzləşdirmənin səviyyəsi konkret şəraitdən asılı olur. Buna görə də mərkəzləşdirmə ilə qeyri-mərkəzləşdirmə arasında zəruri nisbət düzgün müəyyən olunması firmanın idarə edilməsi qarşısında duran çox vacib bir məsələdir. Bu problemin həlli mümkün nəticələrdən ən faydalısına nail olmağa köməklik göstərir.

9. Qayda. İşçilər və maddi resurslar lazım olan vaxtda öz yerlərində olmalıdırlar.

10. Ədalət prinsipi. Hər bir işçiyə fərq qoyulmadan və həm də hörmətlə münasibət göstərilməlidir.

11. Heyət üçün iş yerinin stabilliyi. Kadr axıcılığı firmanın fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini azaltdığından bu prinsipin gözlənilməsi çox vacibdir.

12. Təşəbbüskarlıq. Bu prinsipin tələblərinə riayət olunması firmanın inkişaf planının hazırlanması və onun yerinə yetirilməsinə təminat verir. Nəticədə firma inkişaf edir və onun iqtisadi potensialı artır. Təşəbbüskarlıq müəssisəyə qüvvə və enerji qazandırır.

13. Korporativ (müttəfiqlik) əhval-ruhiyyəsi. Bu prinsip heyət üzvlərinin mənafeələrinin vəhdətinin nəticəsidir.

Firma miqyasında idarəetmənin təşkili çox saylı istehsal və digər tapşırıqların fərdlər arasında düzgün bölgüsündən başlayır. Bu məqamda əsas şərt icra ediləcək işin xarakterinin (mürəkkəbliyi, həcmi və s.) icraçının səriştəliliyinə (ixtisas səviyyəsi, təcrübəsi və s.) uyğunluğudur. Tapşırığın düzgün bölgüsü onun yerinə yetirəcək şəxsin səlahiyyət həddi və onun məsuliyyət öhdəliyi ilə paralel müəyyən edilir. Bütün bunlar idarəetmənin təşkilinin ilkin prinsipləridir.

Qeyd etmək lazımdır ki, idarəetmənin bütün ierarxiyasında olduğu kimi firmanında idarə edilməsinin ən mühüm, həlledici və təməl prinsipi mövcud vəzifələrin dəqiq bölgüsü və onların icrasının uzlaşdırılması məqsədilə səlahiyyət səviyyələri arasındakı nisbətə düzgün müəyyən olunmasıdır. Bu, idarəçiliyin ali və aşağı səviyyələrini əlaqələndirir.

İdarəetmə işinin uğurlu aparılması, hər şeydən öncə, həmin işi idarə edəcək fərdlərin – insanların seçilməsi, səlahiyyət və məsuliyyətin onlar arasında optimal bölünməsidir. Mahiyyət etibarilə bu tədbir seçilən nümayəndəni, həmin insanı rəhbər işçiyə çevirir, ona mənecerlik statusu verir.

Rəhbər işçinin məsuliyyəti dedikdə, mövcud tapşırığın yerinə yetirilməsi üçün öhdəlikdir və bunun məqbul səviyyədə icrası üçün cavabdehlik başa düşülür. Öhdəlik isə hər bir fərdin təşkilatda tutduğu vəzifə ilə bağlı onun qarşısında qoyulmuş tələblərə cavab verə bilmək borcudur.

Vəzifə həvalə olunmuş fərdin – rəhbər işçinin məsuliyyətinin reallığı ona verilmiş səlahiyyətlərdən birbaşa asılıdır. Səlahiyyət dedikdə, firma əməkdaşının resurslardan istifadənin hüquq məhdudluğu şəraitində onun qarşısında qoyulmuş tapşırıqların yerinə yetirilməsinə təhrik olunması başa düşülür. Səlahiyyət fərdin özünə deyil, onun icra etdiyi (tutduğu) vəzifəyə aiddir.

Hər bir səlahiyyət genişliyi baxımından, intəhasız deyil, məhdududur. Məhdudluğu müəyyən edən isə firmanın özünün daxili qaydaları, siyasəti və işləyib istifadə etdiyi təlimatlardır. Səlahiyyətin həddi daimi deyil, o, situasiyadan asılı olaraq, firmanın rəhbərliyi tərəfindən dahada məhdudlaşdırıla və ya genişləndirilə bilər.

Səlahiyyəti və məsuliyyəti müəyyən edən onların özləridir, başqa sözlə onların qarşılıqlı əlaqəsi və asılılıqlarıdır; onlardan birinin ölçüsü digərinin həddini müəyyən edir. Əgər məsuliyyət öz «çəkisinə» görə səlahiyyətdən «yüngüldürsə» bu halda icrası ona həvalə edilmiş tapşırığın yerinə yetirilməsində fərd daha da fəal olacaqdır. Əksinə, əgər məsuliyyətlə müqayisədə fərdin səlahiyyəti məhdud olarsa, o, həmin işin icrasında çətinliklərlə qarşılaşa bilər. Tapşırığın vaxtında və keyfiyyətli yerinə yetirilməsi daha çox məsuliyyətin «çəkisindən» asılıdır.

Hər hansı işin yerinə yetirilməsinin səmərəli idarə edilməsi və arzu olunan nəticənin alınması üçün səlahiyyətlə məsuliyyətin optimal nisbətləri düzgün müəyyən edilməlidir.

Firmanın daxili və xarici mühitinin özləri və onların doğurduqları amillərdəki dinamizm, rəqabət mübarizəsindəki qeyri-stabillik, yeni texnologiyanın tətbiqindəki fasiləsizlik, istehlakçıların tələblərindəki dəyişikliklərin tezliyi və mövcud olan digər mürəkkəblik firmaları bütün bunlara adekvat olan idarəetmə sistemi yaratmaq məcburiyyətində qoyur.

Firmanın öz istehsal – kommersiya fəaliyyətini idarəetmə sisteminin bu günün tələblərinə cavab verə bilməsi azlıq təşkil edir və onun gələcək inkişaf imkanlarının genişləndirə bilməsində qeyri – müəyyənlik yaradır. Bunlara görə də firma özünə elə idarəetmə mexanizmi düşünüb tapmalıdır ki, ona daxil olan strukturların qarşılıqlı əlaqə və təsirləri təşkilatın uzun müddətli perspektiv üçün iqtisadi inkişafını təmin edə bilsinlər. Bir sözlə, firmanın gələcək inkişafı üçün proqram və layihələrin işlənməsi onun strateji idarəetmə və planlaşdırma niyyətlərini reallaşdırmaq üçün əsas yarada bilər.

Beləliklə, strateji idarəetmə uzun müddətli məqsədlərə nail olmağın hədəf kimi seçilməsi və ona cəhd göstərilməsi prosesidir. Strateji idarəetmə istiqamətlərinin düzgün seçilməsi firmanın cari istehsal – kommersiya planlarının tərtibi üçün bir növ ilkin şərt kimi çıxış edir. Bununla həm də idarəetmə və onun vasitəsi kimi cari və perspektiv planların vəhdətinə nail olunur, bu prosesin çox vacib cəhəti olan fasiləsizlik təmin edilmiş olur.

2. İdarəetmənin funksiyaları və onların təsnifatı

İdarəetmə funksiyası firma və müəssisənin qarşıya qoyulmuş məqsədlərinin reallaşdırılması üçün həyata keçirdiyi fəaliyyətinin özünəməxsus növüdür və funksional əmək bölgüsündən irəli gəlir. Müəssisədə istehsal-təsərrüfat firmada isə istehsal-kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi xeyli dərəcədə idarəetmə funksiyalarının düzgün yerinə yetirilməsi səviyyəsindən asılıdır.

İdarəetmə fəaliyyətinin növləri istehsalın bir obyektini kimi, məzmunundan, tərkib və strukturundan və əlbəttə qarşısında qoyulan vəzifələrdən irəli gəlir. Bütün bunlara görə də **istehsal prosesini və**

onun ayrı-ayrı tərəflərini idarə etmək vəzifələrini yerinə yetirmək üsulları və vasitələrinin məcmusu idarəetmə funksiyası adlanır. Həmin funksiyalar müəyyən təşkilati formada həyata keçirilir və bunun üçün firma və ya müəssisədə idarəetmə aparatı yaradılır, onların struktur bölmələrindən hər biri müəyyən idarəetmə vəzifələrini icra etmək üzrə ixtisaslaşır, ümumi, iqtisadi, texnoloji, kommersiya və s. istiqamətlərdə idarəetmə işini həyata keçirirlər.

İstər firmanın və istərsədə müəssisənin idarəetmə aparatı onun qarşısında duran məqsədləri müəyyən etməli, müəssisədə (firmada) koordinasiya, motivləşdirmə, informasiya təminatını həyata keçirməlidir; məqsədlərin müəyyən edilməsi və onların həll olunmasında planlaşdırma işi xüsusi rola və əhəmiyyətə malikdir.

Planlaşdırma idarəetmənin əsas funksiyası kimi, məqsədlərin müəyyən edilməsi, problemin təhlili, proqnozlaşdırma, alternativ variantların müəyyən olunması, qəbul edilmiş qərarların qiymətləndirilməsi mərhələlərini əhatə edir. Planlaşdırmanın vəzifəsi gələcəkdə həyata keçiriləcək fəaliyyətin müəyyən parametrlərini müəyyən etməklə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmaq üçün layihələrin hazırlanmasıdır. Bu layihələrin köməyi ilə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olmaq imkanları və bununla əlaqədar risklər müəyyən olunur.

Planlaşdırma müəssisənin gələcək inkişafını müəyyən edir, onun qarşısında qoyulmuş sosial-iqtisadi məqsədlərə nail olmanın yolları və metodlarını müəyyənləşdirir, nəzərdə tutulmuş tədbirlərin həyata keçirilməsinin nəticələrini əvvəlcədən qiymətləndirməyə imkan verir. Planlaşdırma haqqında dərsləyin sonrakı fəslində daha ətraflı bəhs ediləcəkdir.

İdarəetmənin funksiyalarından biri təşkilətmə funksiyasıdır. Bu funksiya istehsal proseslərinin həyata keçirilməsi istiqamətlərinin təşkilində mühüm rol oynayır.

Təşkilətmənin vəzifəsi müəssisədə ayrı-ayrı fəaliyyət növlərinə, şəxslərə və maddi vasitələrə münasibətləri elə formalaşdırmaqdan ibarətdir ki, qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmaq ən az xərclə mümkün olsun. Bunun təmin olunması üçün isə təşkilati forma və modellərdən istifadə edilir və onların seçilməsi zamanı qarşıya qoyulmuş məqsədlər əsas götürülür.

Təşkilətmə məsələlərinə idarədən və idarəolunan sistemlərin, onların daxili struktur əlaqələrinin və konkret təşkilat quruluşunun formalaşması, fəaliyyət normativlərinin işlənilib hazırlanması, istehsal prosesinin ünsürləri arasında kooperasiyasının yaradılması, istehsal və əmək prosesinin təşkili məsələləri, idarəetmə sisteminin özünün təşkili, mövcud əmək bölgüsü və əmək kooperasiyası əsasında işçilərin idarəetmə bölmələri, istehsal sahələri üzrə yerləşdirilməsinin təşkili, idarədən və idarəolunan sistemlər arasındakı informasiya mübadiləsinin əlaqə və əks əlaqələrinin təşkili daxildir.

Müəssisədə planlaşdırmadan sonra, adətən planların yerinə yetirilməsi mərhələsi gəlir. Sonrakı mərhələ nəzarət və plandan kənarlaşmaların təhlilidir. Nəzarət plan göstəriciləri ilə faktiki (hesabat) göstəricilər arasındakı kənarlaşmaları aşkar edir, təhlil isə öz növbəsində bu kənarlaşmaların səbəblərini müəyyənləşdirir. Nəzarət və təhlilin nəticələri yeni (növbəti) planlaşdırma üçün yetərinə həcmdə informasiya verir. Bu baxımdan informasiyanın uçota alınması çox gərəkli və vacib məsələdir.

Uçot – müəssisənin idarə olunması üçün informasiyanı təqdim edən sistemi əks etdirir. **Mühasibat uçotu – müəssisənin informasiya sisteminin əsasını təşkil edir. Müəssisənin istehsaldaxili prosesləri və xarici mühitlə iqtisadi əhəmiyyətə malik qarşılıqlı münasibətləri qeydə alınmalı, sənədləşdirilməli, emal olunmalı və təhlil edilməlidir.** Əldə edilən informasiyanın keyfiyyəti uçotun dəqiq təşkil olunmasından, xüsusilə, təsərrüfat əməliyyatlarının kəmiyyət tərəfinin düzgün və dolğun əks etdirilməsindən asılıdır.

Əmək bölgüsünün dərinləşdiyi müasir şəraitdə müəssisənin fəaliyyəti fasiləsiz dövriyyə prosesini əks etdirir: maddi-texniki təminat, istehsal və satış üzrə əməliyyatlarla yanaşı, məhsulların istehsalı və reallaşdırılmasına xidmət edən pul axınları baş verir. Beləliklə, istehsal fəaliyyəti bir tərəfdən maddi dəyərlərin real hərəkətini və digər tərəfdən isə pul axınını özündə birləşdirir. Qeyd etmək lazımdır ki, istehsal proseslərinin uçotda əks olunması o vaxt düzgün olar ki, həmin proseslər zaman və funksional aspektdən düzgün əks olunsun, yəni hər mərhələdə dəyərlərin hərəkəti tam və dəqiqliklə qeydə alınсын.

Müəssisədə qarşılıqlı mühitlə qarşılıqlı əlaqələr maliyyə uçotunda (kapital, əmlak, xərclər və mədaxil üzrə məlumatlar) əks olunur, illik balans, mənfəət və zərər hesabatlarında ümumiləşdirilir.

Planlaşdırma və təşkilat funksiyaları ilə yanaşı idarəetmənin koordinasiya funksiyası da ən vacib funksiyalardan biridir. Koordinasiya funksiyası idarəetmənin planlaşdırma funksiyası ilə daha çox əlaqəsi olan funksiyadır.

Bundan başqa, koordinasiya funksiyası ayrı-ayrı işlərin, istehsalın müxtəlif mərhələlərinin əlaqələndirilməsi ilə bağlıdır. Koordinasiya funksiyası bütöv bir tamın ayrı-ayrı komponentlərinin əlaqəli fəaliyyəti, qarşılıqlı təsiri və onun bir sistem kimi dinamik, tarazlı inkişafını təmin etməyə xidmət göstərir. Bu funksiya hadisə və proseslərə sistemli təhlil mövqeyindən yanaşmağı zəruri edir.

İdarəetmənin funksiyaları içərisində tənzimləmə mühüm əhəmiyyətə malikdir. Tənzimləmə idarəetmə sisteminin müəyyən qaydalı və ahəngdar inkişafının təmin olunması ilə əlaqədardır. Başlıca məsələ idarəetmə proseslərinin, idarəetmə fəaliyyətinin verilmiş normativlərdən kənarlaşma hallarının aradan qaldırılmasıdır. Burada etalon səciyyəli müəyyən normativ və normalar nəzərə alınmalıdır. Həmin normativlərlə faktiki vəziyyətin müqayisəsi qeyri-bərabər, yaxud bərabər inkişafı müəyyən etməyə əsas verir. Ona görə də istehsal, iqtisadi sistemdə plana uyğun fəaliyyətlə yanaşı, bəzi hallarda tənzimləmə tədbirlərindən də istifadə olunmasına ehtiyac yaranır. Məsələn, istehsalın operativ təşkili qaydasında müəyyən olunmuş istehsal tapşırıqlarından, istehsal qrafiklərindən kənarlaşma halları planların özü vasitəsilə deyil, dispetçerləşdirmə tədbirləri ilə tənzimlənir, nizama salınır. Bu qayda ilə istehsal proseslərinin ahəngdarlığı və birqərarlığı, müəyyən olunmuş iş rejiminə əməl olunma tələbləri həyata keçirilir.

3. İdarəetmənin metodları və onların tətbiqi istiqamətləri

İdarəetmənin metodları istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə xidmət edir və idarəetmə funksiyalarının icrası ilə bilavasitə əlaqədar olur. Onlar çoxcəhətli və müxtəlif olmaqla bərabər, həm də öz konkret məzmunlarına, idarəetmə obyektlərinə təsiretmə xarakterlərinə, təşkilati formalarına və sairə görə bir-birlərindən fərq-

lənirlər. Bütövlükdə, idarəetmə metodları üç qrupa: iqtisadi, inzibati və sosial-psixoloji metodlara bölünürlər.

İdarəetmənin iqtisadi metodları istehsal münasibətlərinin, obyektiv iqtisadi qanunların dərinədən dərk olunması, onlardan geniş istifadə edilməsi əsasında həyata keçirilir. Bu metodlardan istifadə olunmasında məqsəd kollektivdə iqtisadi maraq yaratmaq, sövqedic tədbirlər işləyib hazırlamaq və tətbiq etməklə, idarə olunan obyektin, məsələn, əmək kollektivinin təşəbbüskarlığına nail olmaqla qarşıya qoyulmuş təsərrüfat məsələlərinin həllinə onları stimullaşdırmaqdır. İqtisadi metodların köməyi ilə planlar, əmək haqqı, qiymət, mənfəət və başqa bu kimi iqtisadi kateqoriya və mexanizmlər məqsədyönlü təsir vasitəsinə çevrilir.

Təsərrüfatçılığın iqtisadi vasitələri olan əmək haqqı, qiymət, kredit, gəlir və mənfəət, vergi və s. iqtisadi metodun mexanizminə daxildirlər. Bu sistemə daxil olan iqtisadi vasitələr qarşıya qoyulmuş vəzifələrin yerinə yetirilməsində əmək kollektivinin və onun ayrı-ayrı üzvlərində maddi həvəs yaratmaqla istehsalın səmərəliliyini artırmaq imkanlarını daha da genişləndirir.

İstehsalın idarə edilməsində əmək haqqının özünəməxsus rolu və əhəmiyyəti vardır. Əmək haqqı həm iqtisadi mexanizm, həm də idarəetmə metodu rolunu oynayır. Bir metod kimi əmək haqqı bilavasitə sərf olunmuş əməyin kəmiyyət və keyfiyyətindən asılı olaraq müəyyən edildikdə, işçini daha yaxşı, mümkün qədər səmərəli işləməyə, özünün ixtisas səviyyəsini yüksəltməyə və peşəsini təkmilləşdirməyə sövq edir.

Mənfəət və ya gəlir müəssisənin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin ümumiləşdirici yekun göstəriciləridir. Müəssisədə istehsalın həcmi- nin artması, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi, istehsal xərclərinin azaldılması, məhsulun satışının genişləndirilməsi və sürətləndirilməsi əldə edilən mənfəətin məbləğinin artmasına səbəb olur.

Müəssisənin işinin ümumiləşdirici göstəricilərinin təhlili və bu təhlildən nəticələrin çıxarılması istehsalın idarə edilməsini asanlaşdırır, istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi ehtiyatlarını aşkara çıxarmağa, müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin güclü və zəif tərəflərini aydınlaşdırmağa, vaxtında lazımı tədbirlər görməyə, vəsaitin daha düzgün istiqamətlərdə xərclənməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

İqtisadi idarəetmə metodları sistemində səyləri bacarıqla, işgüzarcasına səfərbərliyə almağa təsir göstərən iqtisadi təhlil, müəssisənin inkişaf istiqamətlərini müəyyən etməyin elmi metodu olub, istehsalın nəticələri və istifadə edilməmiş ehtiyatlar haqqında obyektiv nəticə çıxarmağa imkan verir. Bazar münasibətləri şəraitində dəyişən xarici mühitə firma və ya müəssisənin çevik reaksiya verməsi zərurəti onun idarəetmə heyətinin istehsal-təsərrüfat (kommersiya) fəaliyyətinin təhlilinə ciddi əhəmiyyət verməyi, təhlildən çıxan nəticələri nəzərə almağı tələb edir.

Firma və müəssisənin idarə edilməsinin inzibati metodlarının mahiyyəti idarə olunan obyektə birbaşa təsir göstərmək, onun üçün təsərrüfat tapşırıqları və bunların yerinə yetirilməsi vaxtını müəyyən etmək və resurslar ayırmaq; icraçı üçün yerinə yetirilməsi hökmən məcburi olan birmənalı qərarlar vermək; sərəncam, göstəriş və qərarların inzibati xarakter daşması və onların yerinə yetirilməməsinin intizamsızlıq kimi qiymətləndirilməsindən ibarətdir.

Bu metod inzibati-amirlik səlahiyyətinə malik olduğuna görə normativ-sərəncam xarakteri daşıyır və onun yerinə yetirilməsi müzakirəsiz məcburidir. Burada qərarların – mümkün olduğu halda – yerinə yetirilməməsi inzibati, maddi və başqa formada məsuliyyətə cəlb olunma və ya idarəetmə intizamının pozulması kimi qiymətləndirilir, təqsirkar işə cəzalandırılır.

İnzibati metodlardan dövlətin qanunları, habelə sahibkara verilən səlahiyyətə, hüquqa, əmək qanunvericiliyinə və başqa qaydalara əsasən istifadə edilir. Bu metodun təsir vasitələri qərar, əmr, qayda, təlimat, normativlər, göstərişlər və s.-dən ibarətdir. Bu vasitələr idarəetmənin daha çevik təsir vasitəsi olub, idarədən və idarəolunan sistemlərin qarşılıqlı əlaqələrini, onların tənzimlənməsi qaydalarını müəyyən edir. İnzibati təsirin başqa formalarından biri normalaşdırma, təşkilati, iqtisadi, texnoloji və texniki normativlərdir. Bu qəbildən olan normativlərin vasitəsilə istehsalın gedişi, bütövlükdə idarəetmə işlərinin yerinə yetirilməsi həyata keçirilir.

İdarəetmənin sosial-psixoloji metodları öz məzmununa görə işçilərin əməyə maraqlarının və yaradıcılıq təşəbbüslərinin artırılması, müəssisədə istehsalat mədəniyyətinin yüksəldilməsi, işçi heyətinin

təsərrüfat fəaliyyətinə və onun təşkilinə təsirindən və başqa bu kimi aspektlərdən ibarətdir; sosial-psixoloji metodlarda, habelə əxlaq normaları və tərbiyəvi motivlərin də payı vardır.

İstehsalın texniki səviyyəsi yüksəldikcə, iş şəraiti yaxşılaşdıqca, işçilərin xüsusi peşə təhsili artdıqca, dünyagörüşləri genişləndikcə, onların sosial fəallığı artır, işlədikləri müəssisənin idarə olunmasında daha yaxından iştirak edirlər.

Müəssisənin əmək kollektivinin hər bir üzvünün sosial-iqtisadi hadisələrə münasibəti, ətrafında baş verən hadisələri düzgün qiymətləndirməsi və dərk etməsində idarəetmə aparatının düzgün qurulması, elmi prinsiplər əsasında müəyyən olunması mühüm əhəmiyyətə malikdir. Beləliklə, idarəetmə prosesində işçilərin hərəkətini elmi cəhətdən izah etmək, bu davranışın proqnozunu vermək çox önəmli bir məsələdir. Müəssisənin rəhbərliyi qeyd olunan cəhətləri bilməklə tabeçiliyində olan işçilərin hər birində daha səmərəli işləmək üçün ən yaxşı psixoloji keyfiyyətləri aşılamaqla inkişaf etdirə bilməsi istehsalın səmərəliliyinin artırılmasında böyük rol oynayır.

Müəssisədə texniki-texnoloji və iqtisadi proseslərlə yanaşı, həm də sosial-psixoloji proseslər baş verir. Ona görə də idarəetmə prosesində əmək kollektivinə təşəbbüskarlıq hissini aşılamaqda, əməyin cazibədarlığını yüksəltməkdə sosial-psixoloji amillərdən bacarıqla istifadə etməyin böyük əhəmiyyəti vardır.

Müəssisədə qarşılıqlı anlaşma və sağlam münasibətlərin tənzim edilməsində ictimai davranış normaları, əxlaq normaları və ictimai rəyin formalaşdırılması mühüm rol oynayır. **Həmin normalar və ictimai rəy sosial-psixoloji amillərlə birlikdə qarşılıqlı münasibətlərə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir, bu münasibətləri bir növ öz-özünə idarə olunan prosesə çevirir və beləliklə də, idarəetmə sisteminin daha da demokratikləşməsinə səbəb olur. Bu vasitələrdən birinə misal olaraq müəssisədə əmək kollektivinin könnüllü qəbul etdiyi etika kodeksini göstərmək olar. Etika kodeksi kollektiv daxilində qarşılıqlı münasibətlərin ictimai tənzimlənməsi vasitəsi kimi idarəetmənin sosial-psixoloji amilinin "təlimatçısı" rolunu oynayır.**

Müəssisədə sosioloji tədqiqatlar vasitəsilə mənəvi-psixoloji iqlimi sağlamlaşdırmaq, idarəetmə işlərinə və prinsiplərinə düzgün əməl

etmək, işçilərin əmək fəallığını yüksəltmək, ümumiyyətlə, müəssisənin idarə olunmasında, onların fəaliyyətini xeyli yaxşılaşdırmaq üçün təsirli tədbirlər hazırlamaq olar.

4. Firmanın idarəetmə mexanizminin təşkilati quruluşu

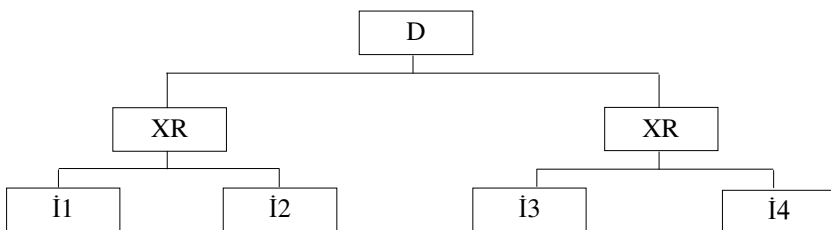
İdarəetmə sisteminin səmərəliliyi xeyli dərəcədə onun özünün düzgün təşkilindən asılıdır ki, bu da idarəetmə orqanlarının quruluşunun, idarə qərarlarının əsaslandırılması, qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi prosesinin, rəhbərlərin və mütəxəssislərin əməyinin informasiya və texniki idarəetmə ilə əlaqələndirilməsinin planuayğun şəkildə qaydaya salınmasından ibarətdir. İdarəetmə subyektinin məqsədi idarəetmə aparatının işləməsi üçün daha əlverişli şərait yaratmaqdan və istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi və ona müsbət təsir göstərilməsindən ibarətdir. O, idarə edilən obyektin qarşısında duran məqsədlərə, onun xüsusiyyətlərinə müvafiq olmalıdır. İdarəetmənin təşkilinə – idarəetmə dövrəsini təşkil edən bütün proseslərin işlənilib hazırlanması, əsaslandırılması, idarəetmə qərarlarının qəbulu və həyata keçirilməsi tədbirləri daxildir. **Rəhbər kadrların və mütəxəssislərin seçilməsi və yerləşdirilməsi, onların əməyinin təşkili, əməyin ierarxiyası və funksional bölgüsünün formalaşması, idarəetmə orqanları aparatının quruluşunun müəyyənlişdirilməsi və işçilərin sayının müəyyən olunması idarəetmənin təşkilati sistemə daxildir.**

İdarəetmə prosesi – idarə olunan obyektin qarşısında duran vəzifələrin müəyyən edilmiş müddətə və ehtiyatlardan səmərəli istifadə etməklə yerinə yetirilməsinə yönəldilmiş idarəetmə qərarlarının əsaslandırılması, qəbul edilməsi və icrasının təşkili məqsədlə qarşılıqlı əlaqədə və müəyyən ardıcılıqla yerinə yetirilən müxtəlif xarakterli əmək və maşın əməliyyatlarının kompleks kimi başa düşülür.

İdarəetmənin təşkilinin kompleks təkmilləşdirilməsi və onun qarşısında qoyulan tələblərin yerinə yetirilməsi idarəetmənin təşkilati quruluşunu layihələndirən zaman həyata keçirilir. İdarəetmənin təşkilati quruluşu nomenklaturanı, idarəetmə aparatı bölmələrinin nisbətini (işləyən adamların sayına, işlənən informasiyanın həcminə görə və i.a.), onların bir-biri ilə və idarə edilən obyektlə

qarşılıqlı əlaqə formalarını səciyyələndirir. Müxtəlif müəssisələrdə idarəetmənin təşkilati quruluşlarının rəngarəngliyində belə, onları məhdud miqdarda tiplərə aid etmək olar. Adətən idarəetmə aparatının təşkilati quruluşunun xətti, funksional, xətti-funksional (qə-rargah), matrisa, proqramlı – məqsədli və çevik növlərini fərqləndirirlər.

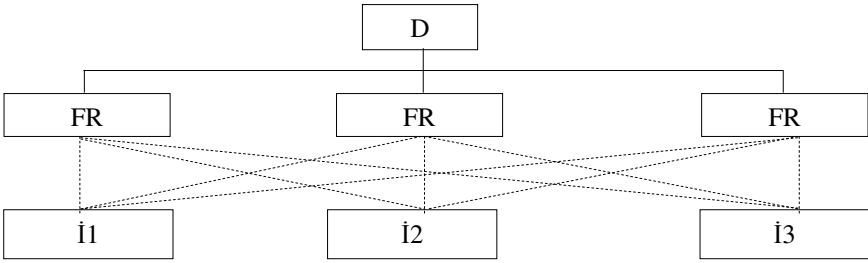
İdarəetmənin xətti quruluşu obyektlər üzrə rəhbərlərin ayrılmasını göstərir ki, bunlardan hər biri bütün növ işləri yerinə yetirir, həmin obyektin idarə edilməsi ilə əlaqədar olan bütün qərarları işləyib hazırlayır və qəbul edir. Belə quruluş xalis şəkildə idarəetmənin yalnız ən aşağı pillələrində (briqada, istehsalat sahəsi) tətbiq edilir. (şəkil 10.2). Daha iri bölmələrdə bu quruluş tətbiq edilə bilməz, çünki hətta kiçik sex çərçivəsində həcm və idarəetmənin mürəkkəbliyi elədir ki, onları ancaq müxtəlif mütəxəssislərin kollektiv səyi ilə yerinə yetirmək olar.



Burada, D – direktor;
 XR – xətti rəhbər;
 İ – icraçılar.

Şəkil 10.2. İdarəetmənin xətti quruluşu

İdarəetmənin funksional quruluşunda kollektivin idarə edilməsinə dair bütün iş növləri müxtəlif funksional bölmələr arasında bölüşdürülür və bu bölmələrdən hər biri müəyyən işləri yerinə yetirir. (şəkil 10.3). İdarəetmə quruluşunun bu tipində idarəetmənin ixtisaslaşdırılması daha dolğun həyata keçirilir. Əmək kollektivi daha ixtisaslı və əsaslandırılmış qərarlar alır. Lakin bu halda çox vaxt kollektivə müxtəlif funksional bölmələrdən bir-birinə zidd göstərişlər gəlir, vahid rəhbərlik pozulur, əmək kollektivinin fəaliyyətinin ümumi istiqaməti itir. Bu sistem vahid rəhbərlik prinsipinə uyğun olmadığına görə bütün hallarda tətbiq edilmir.



Burada, D – direktor;

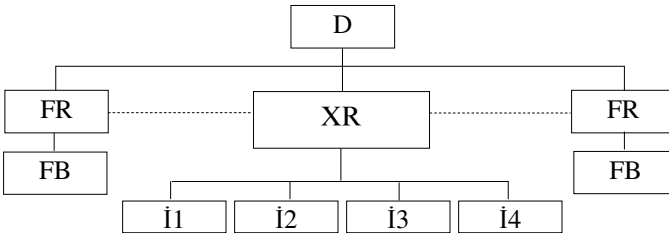
FR – funksional rəhbər;

İ – icraçılar.

Şəkil 10.3. İdarəetmənin funksional strukturu

İdarəetmənin xətti-funksional quruluşu daha geniş yayılmışdır.

Belə quruluşda idarəetməni bütünlükdə müəyyən kollektivə başçılıq edən xətti rəhbərlər həyata keçirirlər (şəkil 10.4). Ayrı-ayrı qərarları hazırlayarkən xətti rəhbərə ixtisaslaşmış funksional aparat kömək edir. Bu aparat aşağı vəsilələrə aid qərarları bilavasitə özü qəbul etmir. O, xətti rəhbərin tabeliyindəki qərargah hüququnda işləyir və qərarların hazırlanması prosesində ona kömək edir. Bu halda idarəetmənin ixtisaslaşması və vahid rəhbərlik prinsipinin əlaqələndirilməsi daha dolğun həyata keçirilir; həm hazırlanmaqda olan qərarların, həm də hər bir istehsal vəsiləsinə kompleks rəhbərliyin yüksək səviyyəsi təmin edilir.



Burada, D – direktor;

FR – funksional rəhbər;

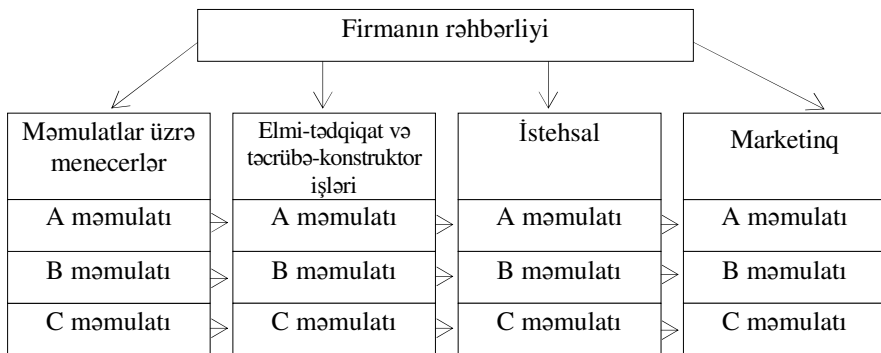
FB – funksional bölmə;

XR – xətti rəhbər

Şəkil 10.4. İdarəetmənin xətti-funksional strukturu

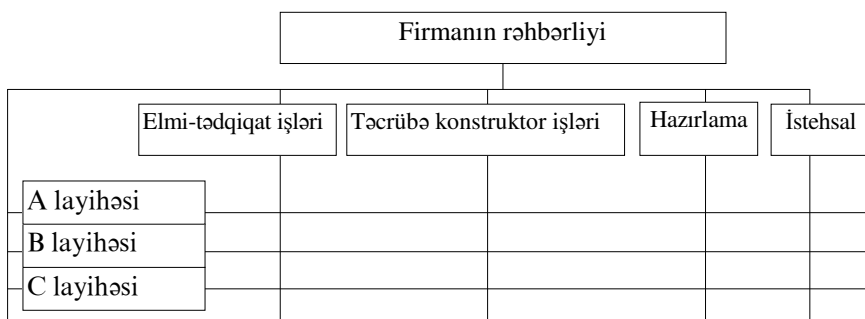
İstehsalın müasir inkişaf mərhələsində iri təşkilatlar çərçivəsində idarəetmənin qərargah sistemində qeyri-qənaətbəxşlik meydana çıxır.

İşləri əlaqələndirmək və ən məsul qərarların yerinə yetirilməsinə nəzarət etmək zərurəti meydana çıxır. Buna **idarəetmənin matris quruluşunu** tətbiq etmək yolu ilə nail olurlar (şəkil 10.5).



Şəkil 10.5. İdarəetmənin məhsula yönəlmiş matris strukturu

Matris quruluşda xətti rəhbərlərlə və funksional quruluşlu aparatla yanaşı bir də aparatın predmet üzrə ixtisaslaşmış vəsilələri fəaliyyət göstərirlər. Bu vəsilələrə hər hansı bir obyektin hazırlanma prosesini və ya tədqiqat institutunda mövzunun tədqiq edilməsini idarə etmək təhkim olunur (şəkil 10.6).



Şəkil 10.6. İdarəetmənin layihəyə yönəlmiş matris strukturu

İdarəetmənin təşkilati quruluşunun matris tipinin bir sıra üstünlükləri vardır: ondan istifadə etdikdə istehsal fəaliyyətinin məzmununu təşkil edən hər üç parametərə – bölmələrə (obyektlərə), idarəetmə funksiyalarına və predmetlərə rəhbərlik təmin edilmiş olur. Lakin bu quruluşda eyni bir obyektə və eyni işçilərə münasibətdə müxtəlif təsir

xətlərinin (funksional və predmet) mövcudluğu ilə əlaqədar olan çətinliklər meydana çıxır. Həmin çətinliklərdən o halda uzaqlaşmaq olar ki, predmet üzrə ixtisaslaşmış bölmələrə idarəetmə aparatının başqa bölmələrinin və istehsal vəsilələrinin fəaliyyətini əlaqələndirməyə dair işlər həvalə edilmiş olsun.

Bir sıra hallarda idarəetmənin **proqramlı-məqsədli təşkilati quruluşu** da tətbiq olunur. Bu təşkilati quruluşda idarəetmə orqanlarının əsasını müəyyən məqsədli vəzifənin yerinə yetirilməsi təşkil edir. Bütün qalan bölmələrin fəaliyyəti isə həmin vəzifənin həyata keçirilməsinə yönəldilir.

Çevik quruluşlar idarəetmənin təşkilinin xüsusi növüdür. Bunlar adətən kollektivlərin formal və qeyri-formal birləşməsinin əlaqələndirilməsinə əsaslanır. Bu zaman müəyyən ixtisaslaşdırılmış bölmələrin işçilərindən hər hansı bir tapşırığın yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar olaraq müvəqqəti qruplar yaradılır ki, həmin tapşırıqlar yerinə yetirildikdən sonra işçilər öz bölmələrinə qayıda bilsinlər və ya yeni müvəqqəti qruplar yaratsınlar. Belə təşkilati quruluş idarəetmə ilə əlaqədar işlər əhəmiyyətli dərəcədə dəyişən hallarda yaradılır. O, işçilərin səyindən daha çevik, mütəxəssislərdən səmərəli istifadə etməyə və müxtəlif idarə işlərini müvəffəqiyyətlə yerinə yetirməyə imkan verir. Bu tip uyğunlaşma prinsipinə daha müvafiqdir.

Göstərilən idarəetmənin təşkilati quruluş tiplərindən birinin seçilməsi idarəetmənin vəzifələri və idarə edilən obyektin istehsal fəaliyyətinin xarakteri ilə müəyyən olunur.

Firmanın idarə olunmasından bəhs edilərkən onun struktur bölmələrinin bazar münasibətlərinə uyuşma və ya uyğunlaşma imkanları nəzərə alınmalıdır. Əgər hər hansı bir mövcud olan imkanın gerçəkləşdirilməsi firmanın kommersiya fəaliyyətinə müsbət planda təsir göstərsə, məhz o, prioritet sayılmalıdır. Məsələn, təsərrüfatçılıq praktikasında – bazar münasibətlərinə keçidlə bağlı – firmadaxili idarəetmənin təkmilləşdirilməsi istiqaməti kimi, ilk öncə, istehsal heyyyətinin idarə olunması üzrə xüsusi xidmətin yaradılmasıdır.

Həmin idarəçilik xidməti yaradılarkən müəssisənin kadrlar şöbəsi, əməyin və əmək haqqının təşkili, əməyin mühafizəsi, sosial inkişaf, texniki təhlükəsizlik şöbələrinin funksiya və vəzifələrində unifikasiya aparılaraq bir mərkəzdə birləşdirilmişdir.

İcra etdiyi konkret funksiyanın incəlikləri ilə yanaşı firmanın idarəetmə sisteminə daxil olan şöbələrin hər bir əməkdaşı biznesə, firmanın kommersiya fəaliyyətinə dair biliklərə yiyələnməli, onlardan xəbərdar olmalıdırlar.

Müəssisələrdə idarəetmə strukturunun təkmilləşdirilməsi (restrukturizasiyası), sadə, lakin əqlən çevik və peşəkar kadrlardan ibarət qurumların yaradılması istiqamətində aparılmalıdır. Bu sahədə müəssisələrin imkanları nəinki tükənməyib, hətta, çox-çoxdur; onları, sadəcə olaraq, aşkarlayıb realizə etmək lazımdır.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İdarəetmənin mahiyyətini izah edin.
2. İdarəetmənin hansı funksiyaları var?
3. İdarəetmənin prinsiplərini saya bilərsinizmi?
4. İdarəetmənin hansı metodları var?
5. İdarəetmənin iqtisadi metodlarını səciyyələndirə bilərsinizmi?
6. İdarəetmənin inzibati metodları haqqında hansı məlumatlara maliksiniz?
7. İdarəetmədə sosial-psixoloji amillərin yeri və rolunu izah edin.
8. Firmanın idarəedilməsinin təşkilati quruluşunu izah edin.
9. Firmanın idarə olunmasının təşkilati quruluşlarının müqayisəli izahını verə bilərsinizmi?

Fəsil 11. Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılması

1. İstehsal firmasında planlaşdırmanın mahiyyəti və prinsipləri
2. Firmada planlaşdırmanın metodları
3. Firmanın inkişaf planının əsas bölmələri
4. Firmada istehsal-kommersiya proqramının tərtibi və əsaslandırılması

1. İstehsal firmasında planlaşdırmanın mahiyyəti və prinsipləri

Firmanın elmi əsaslarla idarə olunmasının ən mühüm cəhətlərindən biri də onun istehsal-kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılmasıdır. Planlaşdırma idarəetmənin əsas funksiyasıdır.

Əgər planlaşdırmanın prinsipləri, planın tərtibində tətbiq olunan metod və istifadə olunan göstəricilər sistemi iqtisadi proseslərin mahiyyət və daxili əlaqələrini düzgün nəzərə ala bilirsə, belə planlaşdırma elmi planlaşdırma hesab olunur. Elmi planlaşdırma əsasında tərtib olunmuş planlar səfərbəredici olur, gərgin olmur, onların yerinə yetirilməsi isə nəzərdə tutulmuş nəticələri verə bilər.

Qoyulmuş sualın şərhinə keçməzdən əvvəl, onun izahını asanlaşdıran bəzi anlayışların – "plan", "planlaşdırma", "proqram", "proqnoz" – mahiyyətini açmaq zərurəti vardır.

"Plan" yunan sözü olub məzmununa görə azərbaycan dilinin "rəvan", "bərabər" sözlərinə uyğun gəlir. **Plan – məqsədi, məzmunu, həcmi, metodları, ardıcılığı, icra olunma vaxtı göstərilməklə müəyyən bir dövr üçün yerinə yetirilməsi nəzərdə tutulan iş və tapşırıqların məcmusunu özündə əks etdirən sənəddir.**

"Planlaşdırma" anlayışına, elmi cəhətdən formalaşdırılan birliklər sistemi kimi və habelə ictimai həyatın bütün sahələrinin şüurlu nizamlanmasına yönəldilmiş fəaliyyət növü, praktiki proses kimi də baxmaq olar. Planlaşdırma iqtisadi qanunlar və mövcud təc-

rübədən istifadə əsasında plan, proqram və layihələrin hazırlanması prosesidir.

"Proqram" – dövlət və təsərrüfat subyektləri tərəfindən müəyyən dövr ərzində icrası nəzərdə tutulan təsərrüfat tədbirləri üzrə məqsəd və vəzifələrin məcmusudur.

Plan – proqramda öz əksini tapan tədbirlərin rəvan, bir qaydada realizə olunması məqsədilə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan konkret və kompleks tədbirlər sistemidir. Göründüyü kimi, planla proqramın vəhdəti çox, fərqi isə azdır; proqram məqsəd və vəzifələdirsə, plan onların yerinə yetirilməsi mexanizmidir, daha doğrusu, proqramın həyata keçirilməsi üçün məqsədyönlü konkret tədbirlərin məcmusudur.

"Proqnoz" – perspektiv dövr üçün iqtisadi inkişaf və sosial tərəqqinin əsas problemlərinin həlli yollarına, üstünlük veriləcək sahələrin inkişaf istiqamətlərinə, strateji məqsədlərə nail olmaq üçün qarşıya qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsinə dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsvür, mülahizə və tövsiyələrin məcmusudur. Proqnozlar vasitəsilə bütövlükdə iqtisadiyyatın, onun sahələrinin və təsərrüfat subyektlərinin yaxın və uzaq perspektiv üçün inkişaf istiqamətlərini müəyyən etmək imkanı əldə edilir.

Uzunmüddətli perspektiv inkişaf proqramları proqnozlar əsasında tərtib olunur. Proqnozlaşdırma əsasında gözlənilən nəticənin dəqiqlik dərəcəsi yüksək olmasa da, onun üstünlüyü və vacibliyi, proqnozlara istinad edərək onların əsasında hər hansı ictimai-iqtisadi prosesin gələcək inkişafı üçün alternativ proqram variantlarını müəyyən etmək imkanının yaranması ilə izah edilir.

Proqnozlar əsasında orta bir müddəti əhatə edən – bir qayda olaraq beş illik – proqramlar tərtib olunur. Belə proqramlar proqnozlara nisbətən daha dəqiq və konkret olur, çoxsaylı iqtisadi, sosial, elmi-texniki, ekoloji və təşkilati problemlərin həllini nəzərdə tutur. Proqramların əhatə etdiyi dövr üçün onun yerinə yetirilməsi planı işlənib hazırlanır.

Firma və müəssisələrdə proqnozlaşdırma planların tərtibinin ilkin mərhələsi olduğundan, proqnozların tərtibi üçün xarici mühit ətraflı öyrənilməlidir. Xarici mühit amillərinin, firmanın zəif və güclü cəhətlərinin təhlili firmadaxili planlaşdırmanın əsasını təşkil edən istehsal və satış üzrə proqnozları hazırlamağa imkan verir. Firmada adətən illik istehsal və satış proqnozları işlənib hazırlanır ki, bunlar da

müəssisənin illik planlarının hazırlanmasında istifadə olunur. Bununla yanaşı 2 ildən 5 ilə qədər dövrü əhatə edən proqnozlar da işlənib hazırlana bilər.

Satışın proqnozlaşdırılmasının müxtəlif metodları mövcuddur. Bunlara müxtəlif struktur rəhbərlərinin sorğusu, firmanın ticarət agentlərinin və onun satış bölmələrinin rəhbərlərinin qiymətləndirmələri, keçmiş ilin dövriyyəsi, satışın həcmində dəyişikliklərə səbəb olan meyllər, tsikl və amillərin təhlili, müəssisənin məhsulunun satışına təsir edən amillərin korrelyasiya təhlili, firmanın bazardakı satış payı və s. əsasında proqnozlaşdırma aiddir.

Bazar iqtisadi münasibətləri şəraitində bazarda yaranan rəqabət hər bir istehsalçını daha diqqətli olmağa, düşünülməmiş heç bir addım atmamağa, bütün fəaliyyətini, o cümlədən istehsal fəaliyyətini planlaşdırmağa məcbur edir.

Bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadi sistemdə müəssisələr üçün ən önəmli məsələ öz fəaliyyətlərinin planlı qaydada aparılmasına nail olmaqdır. Firma istehsal etdiyi məhsula, gördüyü işlərə, göstərilən xidmətlərə tələbatı, habelə iqtisadi və sosial inkişafını təmin etmək, özünün işçilərinin şəxsi gəlirlərinin artırılması zəruriliyini nəzərə alaraq öz fəaliyyətini müstəqil planlaşdırır və özünün inkişaf perspektivlərini müəyyən edir.

Firma və müəssisənin fəaliyyətinin planlaşdırılması aşağıdakı prinsiplərə əsaslanır: fasiləsizlik, optimallıq, qənaətlilik, stabillik, öz bölmələrinin planlarının vəhdəti, prioritetlərin müəyyən olunması, komplekslik.

Planlaşdırmanın fasiləsizliyi uzunmüddətli və qısamüddətli planların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi yolu ilə təmin edilir.

Planların optimallığı istehsal-texniki vəzifələrin həllinin alternativ variantlarının hazırlanması ilə əldə edilir. Xərc və nəticənin ən yaxşı əlaqəsini təmin edən ideyaların reallaşdırılması yolları ən optimal hesab edilir.

Qənaətlilik anlayışı da eyni mahiyyət daşıyır. Ayrı-ayrı layihələr, istehsal bölmələri və bütövlükdə firma konkret mikro və makroşərait üçün optimal olan maliyyə nəticələri əldə etməlidir. Hər bir firmada işgüzar fəallığın vaxtaşırı artması və azalması baş verir. Buna görə də hər il kapitalın rentabelliyyəsinin artımına nail olmaq mümkün olmur.

Planın stabilliyi firma və müəssisənin rentabelliyyətinin zəruri atributudur. Onlar hadisələri qabaqcadan proqnozlaşdırma bilmirlərsə, bu onların maliyyə sabitliyinin pozulması və iflası ilə nəticələnə bilər.

Firma və müəssisənin, onların bölmələrinin planlarının vəhdəti iki yolla: birincisi, yuxarıdan – firmanın prezidenti və ya baş direktordan aşağıya – sex və şöbələrə tapşırıqların direktiv planlaşdırılması yolu ilə, ikincisi isə, firmadaxili strukturların işinin əsas göstəriciləri üzrə rəhbərliyin məsləhətləri ilə – indikativ planlaşdırma yolu ilə əldə edilir. Bu zaman planlaşdırma aşağıdan yuxarı həyata keçirilir. Hər iki halda firma və müəssisədə planların vəhdətliyi təmin edilir.

Hər bir firmada **prioritetlərin müəyyən olunması** zəruridir və bu, əsasən perspektiv üçün yeni məhsul növlərinin yaradılması ilə bağlıdır. Prioritet kimi az materialtutumlu, enerjiyə qənaəti təmin edən texnologiyalara keçid, ətraf mühitin qorunması və s. təşkil edə bilər.

Planın kompleksliliyi hər bir bölmənin qarşısında duran bütün məsələləri onun tam əhatə etməsi, hər bir istehsal vahidi planının digər bölmələrin fəaliyyət planları arasında qarşılıqlı əlaqə, planlaşdırılan obyektin və onunla əlaqədar olan bölmələrin fəaliyyətilə bağlı olan bütün işlərin planda tam əks olunması deməkdir.

Beləliklə, firmanın fəaliyyətinin planlaşdırma sistemi onun əsas vəzifələrinin və planlaşdırma prinsiplərinin reallaşdırıldığı planların məcmusudur.

Planların növlərini aşağıdakı əlamətlər üzrə təsnifləşdirmək olar:

- əhatə etdiyi dövrə görə;
- funksional baxımdan;
- idarəetmə ierarxiyasına görə;
- planlaşdırma ierarxiyasına görə.

Əhatə etdiyi dövrə görə planlar aşağıdakı növlərə bölünür:

- qısamüddətli planlar (əhatə etdiyi dövr 1 ildən az olan);
- ortamüddətli planlar (1 ildən 5 ilə qədər dövrü əhatə edənlər);
- uzunmüddətli planlar (əhatə etdiyi dövr 5 ildən çox olanlar).

Planların əhatə etdiyi dövr müddəti proqnozların keyfiyyətindən, planlaşdırma obyektindən, planlaşdırılan firma və sahədən, məhsulun həyat tsiklindən, elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin vəziyyətindən və s. asılıdır.

Funksional əlamətə görə planlar istehsal planına, maddi-texniki təminat planına, maliyyə planına, investisiya planına, satış planına və s. bölünür.

İdarəetmə ierarxiyası əlaməti üzrə planların təsnifləşdirilməsi ümumi planlaşdırma, şöbələr və bölmələr üzrə planlaşdırmanın və iş yerlərinin planlaşdırılmasının fərqləndirilməsini, həmçinin təşkilati-struktur baxımdan planlaşdırmanın növlərə ayrılmasını nəzərdə tutur.

Planlaşdırmanın ierarxiyası əlaməti üzrə növlərə ayrılması planların bir-birinə – tabeliyi baxımından – bölünməsinə əsaslanır. Yəni yuxarı səviyyədə dayanan plan özündən sonrakı səviyyədə tərtib olunan planda öz əksini tapan tapşırıqların çərçivəsini müəyyən edir. Bu əlamət üzrə planlar üç növə bölünür:

- strateji;
- taktiki;
- operativ.

Qeyd etmək lazımdır ki, bəzən strateji, taktiki və operativ planları uyğun olaraq uzunmüddətli, orta müddətli və qısamüddətli planlarla eyniləşdirirlər. Bu planlar bir-birlərinə yaxın olsalar da, strateji, taktiki və operativ planlar bir-birlərindən dövr müddəti ilə yanaşı dəqiqliyə, differensiallığa və s. əlamətlərə görə fərqlənirlər.

2. Firmada planlaşdırmanın metodları

Planların əsaslılığı, reallığı və gərginliyi onların hazırlanması metodlarından, planların məlumat bazasının vəziyyətindən, planların ilkin bazasının nə qədər dərinədən öyrənilməsi səviyyəsindən asılıdır. Müəssisədə planların tərtibi və əsaslandırılmasında tətbiq edilən metodları bir neçə qrupda birləşdirmək olar.

"Nail olunmuş səviyyədən" planlaşdırma istehsal-təsərrüfat tapşırıqlarının firmanın fəaliyyətini əks etdirən göstəricilərin faktiki formalaşmış dinamikası əsasında müəyyən olunmasına əsaslanır. Belə planlaşdırma çox vaxt səhv nəticələrə gətirib çıxarır, firmanın fəaliyyətinin yeni istiqamətlərinin, şərtlərinin, istehsalın təkmilləşdirilməsi amillərinin aşkar olunması ilə müşayiət olunmur.

Bununla yanaşı, planların tərtibində onların ilkin bazasının – «nail olunmuş səviyyənin» – dərinədən öyrənilməsi zəruridir. Bu məlumat-

lar baza dövründə mövcud olmuş çatışmazlıqları aradan qaldırmağa, plan ilində qabaqcıl təcrübəni yaymağa kömək edə bilər.

Planlaşdırmanın iqtisadi-statistik metodları plan göstəricilərinin kəmiyyətinin müəyyən olunmasında bir sıra statistik usullardan – qruplaşdırma metodlarından, dinamik sıra metodundan və s. istifadəni, təshihedici əmsalların tətbiqini nəzərdə tutur. Bu metodlar yuxarıda qeyd olunan metoddan prinsipcə yaxşı olsa da, heç də həmişə plan hesablamalarına mütərəqqi xarakter vermir, çünki adətən hesabat məlumatlarına əsaslanır.

Proqnozlaşdırma, proqramın və habelə planların tərtibi planlaşdırma metodologiyasının normativ bazası – normalar, normativlər və göstəricilər olmadan qeyri-mümkündür.

Planlaşdırmanın normativ metodu planların texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmasına imkan verir. Müasir dövrdə proqnozların, proqramların və planların tərtib olunmasının elmi bazası olan norma və normativlər sisteminin və ümumiyyətlə, normalaşdırma işinin rolu daha da artmışdır. Çünki, əvvəla, resursların məhdudluğu ilə mülkiyyət sahiblərinin daha çox gəlir əldə etmək məqsədləri arasındakı ənənəvi ziddiyyətin ciddi şəkildə güclənməsi, ikincisi, resurslardan maksimum qənaətlə istifadəyə cəhdin artması, üçüncüsü, istehsalın intensivləşdirilməsi və səmərəliliyinin yüksəldilməsi problemlərinin həlli mütərəqqi normativ bazanın mövcudluğundan bilavasitə asılıdır.

Material resursları sərfinin düzgün normalaşdırılması istehsalın texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi, istehsaldaxili ehtiyatların aşkara çıxarılması və səfərbər edilməsi, materiallardan istifadədə qənaət rejiminin gözlənilməsi kimi işlərin lazımi keyfiyyətdə icra olunmasına bilavasitə köməklik göstərir. Normalaşdırmanın bir mühüm əhəmiyyəti də firma və müəssisələrin konkret materiala tələbatının müəyyənləşdirilməsində həlledici rol oynamasıdır.

Ümumiyyətlə, normalaşdırma – əmək və maddi resursların zəruri məsrəflərinin elmi cəhətdən əsaslandırılmış plan ölçüsünün müəyyən edilməsidir.

Canlı əməyin normalaşdırılmasında məqsəd, hər şeydən əvvəl, verilən həcmdə işin icrası üçün zəruri vaxtın, yəni vaxt normasının müəyyən olunmasıdır.

Əməyin normalaşdırılması dövrün texnoloji istehsal üsulunun texniki səviyyəsinə, istehsalın və əməyin təşkili vəziyyətinə, qabaqcıl iş metodlarına əsaslanmalıdır. Yalnız bunların nəzərə alınması ilə mü-tərəqqi, səfərbəredici vaxt normalarını işləyib hazırlamaq mümkün olar.

Vaxt norması (buna istehsal norması da deyilir) məhsul istehsalı zamanı kəmiyyətə ölçülməsi, uçotu mümkün olan əməliyyatlar üçün işlənib hazırlanır və istifadə edilir.

Canlı əməkdən məsrəf normaları vasitəsilə, nəticə etibarilə, həm də iş qüvvəsinə tələbat, əmək məhsuldarlığı və iş vaxtından istifadə səviyyələri, əmək haqqı fondunun həcmi müəyyən etmək və öyrənmək mümkün olur.

Material məsrəfi norması – plan dövrünün xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla tələb olunan keyfiyyətdə məhsul vahidi istehsalına (vahid həcmdə xidmət göstərilməsinə) xammal və ya materialdan sərfiyyatın elmi cəhətdən əsaslandırılmış minimum həddi və yaxud maksimum yol verilə bilən ölçüsüdür.

Material məsrəfi norması iqtisadi kateqoriya kimi ictimai əmək bölgüsünün səviyyəsini, xammal və ya materialdan sərfiyyatın ölçüsünü və, nəticə etibarilə, istehsalın proqnozlaşdırılan səviyyəsini özündə əks etdirir. Bununla yanaşı mü-tərəqqi və texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış məsrəf norması istehsalın texniki səviyyəsinin təkmilləşdirilməsinə fəal surətdə təsir göstərir. Beləliklə, məsrəf norması plan ilində material resursu sərfinin kəmiyyətini müəyyən etməklə ictimai istehsalın inkişafındakı mü-tərəqqi meyilləri özündə əks etdirir və bütün bunlara görə də müəssisənin inkişaf planında özünü elmi-texniki tərəqqinin əsas istiqamətlərinin daşıyıcısı kimi göstərir.

Norma ilə müqayisədə normativ – nisbi kəmiyyət olmaqla – xammal, material, avadanlıq və s.-dən istifadə səviyyəsini xarakterizə edir (məsələn: fondverimi – 1 manatlıq əsas fonda düşən məhsulun miqdarı, 1 manatlıq əmtəəlik məhsulun maya dəyəri və s.).

Elmi cəhətdən əsaslandırılmış normaların işlənib hazırlanmasında analitik-hesablama, təcrübi-eksperimental və statistik metodlardan istifadə olunur.

Analitik-hesablama metodu, nisbətən əməktutumlu olmasına baxmayaraq, ən mü-tərəqqi metod hesab edilir. Normanın bu metodla müəyyən olunması qabaqcıl texniki, təşkilati və iqtisadi amillərin nə-

zərə alınmasına əsaslanır. Bu zaman texnoloji xəritə, resept, təşkilati-texniki tədbirlər haqqındakı mötəbər məlumatlar, normanın tərkibini müəyyən edən hər bir ünsür üzrə aparılan hesablama işlərində əsas kimi götürülür.

Analitik-hesablama metodu vasitəsilə norma müəyyən edilməzdən qabaq istehsal şəraiti, texnika və texnologiyanın mütərəqqilik səviyyəsi, əmək prosesinin mütəşəkkillik dərəcəsi, ölkənin qabaqcıl müəssisələrinin və habelə xarici ölkə müəssisələrinin iş təcrübələri hərtərəfli öyrənilir və təhlil olunur.

Normanın müəyyən olunmasının başqa bir metodu **təcrübi-eksperimental metoddur**. Laboratoriya və ya istehsalatda təcrübələr aparmaqla məhsul vahidinin istehsalı ilə əlaqədar olacaq məsrəfin faydalı həcmi (hissə və məmulatın təmiz çəkisi), texnoloji və habelə təşkilati səbəblər nəticəsində itki və tullantıların miqdarı müəyyən edilir və bunlara əsasən, məsrəf norması hesablanır. Haqqında bəhs edilən təcrübələr ideal təşkilati-texniki şəraitdə deyil, bir növ bütün analogi müəssisələri təmsil edə biləcək bir şəraitdə, həm də plan dövründə istehsal prosesində baş verə biləcək bütün keyfiyyət dəyişiklikləri (yeni texnikanın tətbiqi, fəhlənin ixtisas səviyyəsinin yüksəldilməsi və s.) nəzərə alınmaqla aparılır.

Köməkçi materialların məsrəf norması müəyyən ediləndə, habelə yeni mənimsənilən, daha doğrusu, ilk dəfə istehsal olunan məhsul üçün material məsrəfi norması hesablananda, əsasən, təcrübi-eksperimental metoddan istifadəyə üstünlük verilir.

Material məsrəfinin normalaşdırılmasında istifadə olunan metodlardan biri də **statistik hesablama metodudur**. Bu metoddan analitik hesablama və təcrübi metodların tətbiqi qeyri-mümkün olan şəraitdə istifadə edilir. Metodun səciyyəvi cəhəti ötən dövrdə faktik material sərfi haqqındakı məlumatlar əsasında məsrəf normasının orta statistik ölçüsünün statistik təhlil və hesablama yolu ilə müəyyənləşdirilməsindədir. Bu metod nöqsanlıdır. **Statistik metodla hesablanılan norma materialdan keçmiş illərdə istifadə zamanı yol verilmiş nöqsanları (israfçılıq, normadan artıq tullantı və itkilərə yol verilməsi) bir növ özündə saxlayır və həmin nöqsanların plan ilində təkrar baş verməsinə imkan yaradır**. Bundan əlavə, statistik metod əsasında hesablanmış məsrəf norması plan ilinin

təşkilati-texniki şəraitini özündə əks etdirə bilmir (keçən ilin məlumatlarına görə hesablandığından) və elə buna görə də o, yeni texnikanın və mükəmməl texnologiyanın tətbiqini ləngidir, istehsalın təşkilinin qabaqcıl formalarına keçilməsinə maneçilik törədir və xüsusilə, materiala tələbatın həcmi sünü surətdə şişirdir.

Məsrəf norması statistik metodla hesablanarkən daha uzun dövrün faktik materiallarından istifadə edilməsi, müəyyən olunmuş məsrəf normasının ölçüsündə mütərəqqiliyə doğru təshihlər aparılması həmin normaların mötəbərliyini bir qədər artırma bilər.

Planların tərtibində hesablanmanın əsasında duran norma və normativlər mütərəqqi olarsa, firma, resursların məhdudluğu şəraitində daha yüksək təsərrüfat nəticələrinə nail ola bilər.

Firmanın ayrı-ayrı bölmələri arasında ən səmərəli proporsiya və kəmiyyət əlaqələrini müəyyən etmək üçün balans metodunun müstəsna əhəmiyyəti var. Balans metodunun mahiyyəti planın elementləri (bölmələri) arasında əlaqə yaratmaqdan, plan tapşırıqlarının uzlaşdırılması və planın texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmasından ibarətdir.

Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılmasında istifadə olunan bu metod planın bütün bölmə və göstəriciləri arasında əlaqə yaradılmasına, onların kəmiyyət asılılığının müəyyən edilməsinə imkan verir. Onun köməyi ilə iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış vahid, real planın işlənilməsinə, planda yarana biləcək müəyyən uyğunsuzluqların və nəhayət, istehsaldaxili ehtiyatların müəyyən olunaraq səfərbərliyə alınmasına nail olmaq mümkün olur. Balans metodunun köməyi ilə optimal planların tərtib edilməsi işi xeyli asanlaşır.

Bazar iqtisadiyyatı sisteminə daxil olmuş ölkələrin proqnozlaşdırma, proqramların tərtibi və planlaşdırma praktikasında geniş istifadə edilən metodlardan biri də qabaqcıl təcrübənin öyrənilməsi və tətbiqidir. Bu metodun mahiyyəti inkişaf etmiş hər hansı bir xarici ölkənin bu və ya digər sahədə qabaqcıl iş təcrübəsinin geniş təhlili əsasında mütərəqqi istehsal göstəricilərinə nail olmağa kömək göstərən amillərin müəyyən edilməsidir; plan ilində istehsalın təşkilini və habelə texnika və texnologiyayı təkmilləşdirən metodların yayılmasından və həyata keçirilən təsərrüfat tədbirindən əldə ediləcək

səmərənin aşkar olunmasıdır. Firmanın inkişaf planının tərtibində həmin metoddan istifadə onun (firmanın) texniki-iqtisadi göstəricilərinə müsbət planda təsir etməyə bilməz.

3. Firmanın inkişaf planının əsas bölmələri

Firmanın strategiyası onun əsas məqsədlərinin məcmusunu və bu məqsədlərə nail olmaq üçün tədbirlərin əsaslandırılmasını əks etdirir. Firmanın fəaliyyətinin əsas istiqamətlərinə: bazarda stabil mövqeyin saxlanması; bazar payının artırılması; mənfəətin maksimumlaşdırılması, rentabelliyn yüksəldilməsi, likvidliyn (müəssisənin ödəniş qabiliyyətinin) saxlanması və artırılması; bazarda liderliyn ələ keçirilməsi; ixrac imkanlarının artırılması və s. aid ola bilər. Firmada ilk növbədə, onun inkişafının əsas istiqaməti, bu istiqamət üzrə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə nail olma vaxtı, bunun üçün həyata keçirilməli tədbirlər və bu işlərə məsul şəxslər müəyyən edilir.

Firmanın strateji məqsədlərinin reallaşdırılması planlar sistemi ilə nəzərdə tutulur. Müəyyən olunmuş strategiya planların bütün növlərini əlaqələndirir və onlar qarşıya qoyulmuş məqsədləri reallaşdırmaq istiqamətində tərtib edilir.

Planlaşdırma idarəetmənin funksiyası olmaqla yanaşı, həm də təsərrüfata rəhbərliyn mahiyyət tərkibində ən önəmli, ən məsuliyyətli həlqələrdən biridir. Elə buna görədir ki, iri firmaların çoxsaylı sex, şöbə, laboratoriyaları plan dövründə görəcəkləri işləri müəyyən etməklə, öz fəaliyyətlərini müəssisənin ümumi fəaliyyət planı ilə uzlaşdırmalı olurlar. Sexlər, şöbələr və laboratoriyalar arasında həm şaquli və həm də firmanın struktur ierarxiyası üzrə üfiqi əlaqələrin yaradılması müəssisənin ümumi planının tərtibi üçün müstəsna rol oynayır. Lakin bunu şərtləndirən cəhətlər odur ki, hər bir bölmə planın özlərinə aid hissəsini dəqiq əsaslandırılmalı və yerinə yetirməli, planın yerinə yetirilməsinə ciddi və fasiləsiz nəzarət etməlidirlər.

Ayrı-ayrı sex və ya şöbənin, habelə bütünlükdə firmanın inkişaf planının tərtibi üçün norma və normativlərdən əlavə, çox böyük əhəmiyyət kəsb edən şərtlərdən biri də onun resursları haqqında mötəbər məlumatların olmasıdır. Buraya, hər şeydən əvvəl, firma

və ya müəssisənin istehsal gücü haqqındakı məlumatı aid etmək lazımdır. Bundan əlavə, planın müvəffəqiyyətlə tətbihi üçün firmanın (müəssisənin) kadrları (onların sayı, peşə-ixtisas tərkibi və s.), dövrüyyə fondlarının mövcud olan və plan ili üçün tələb edilən həcmi, yeni elmi-texniki işləmələrin aparılma imkanı və habelə, maliyyə imkanları haqqında məlumatların da olması vacib şərtlərdəndir.

Qeyd edilən məlumatların toplanmasından sonra istehsal firmasının inkişaf planının, onun müxtəlif bölmələri üzrə tərtibinə başlanılır.

Firmanın inkişaf planının bölmələri arasında məhsulun istehsalı və realizasiyası (istehsal proqramı) bölməsinin özünəməxsus yeri və əhəmiyyəti vardır. Bu onunla izah edilir ki, yalnız bu bölmə müəssisənin plan dövründəki fəaliyyətinin məqsədini özündə təsbit edir. Planın qalan bölmələrinə gəlincə, əslində onlar məqsədə çatma vasitələridir, onlar istehsal proqramına istinad edilərək, uzlaşdırılaraq tərtib olunurlar.

Firmanın ölçüsündən asılı olaraq inkişaf planının bölmələri fərqlənir, lakin əsasən aşağıdakı bölmələrdən ibarət olurlar.

1. Məhsulun istehsalı və reallaşdırılması planı (istehsal proqramı);
2. Maddi-texniki təminat planı;
3. Əmək haqqı və kadrlar planı;
4. İnvestisiya və yeni texnikanın tətbiqi planı;
5. Məhsulun istehsalı və reallaşdırılması xərcləri planı;
6. İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi planı;
7. Maliyyə planı;
8. Əmək kollektivinin sosial inkişaf planı.

Firmanın, artıq qeyd edildiyi kimi, inkişaf planının əsas bölməsi istehsal proqramıdır. İstehsal proqramında ayrı-ayrı məhsul növlərinin istehsalı üzrə natural və dəyər ifadəsində tapşırıqlar nəzərdə tutulur.

Maddi-texniki təminat planında müəssisənin tələbatlarını ödəmək üçün lazım olan maddi resursların həcmi müəyyən olunur.

Əmək və kadrlar planında işçilərin zəruri sayı, əmək haqqı fondunun həcmi müəyyən olunur, əmək məhsuldarlığının artırılması, kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması üzrə tapşırıqlar öz əksini tapır.

İnvestisiya və yeni texnikanın tətbiqi planında müəssisədə yeni bölmələrin tikintisi, mövcud olanların yenidən qurulması və genişləndirilməsi, mövcud istehsalların texniki cəhətdən yenidən qurulması, elmi-tədqiqat işlərinin aparılması, innovasiya işləmələri, yeni məhsulların mənimsənilməsi, mütərəqqi texnologiyanın tətbiqi, istehsal proseslərinin mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması və s. üzrə tapşırıqlar nəzərdə tutulur.

Məhsulun istehsalı və reallaşdırılması xərcləri planda reallaşdırılan və əmtəlik məhsulun maya dəyəri, ayrı-ayrı məhsulların maya dəyəri üzrə tapşırıqlar öz əksini tapır, mənfəət və rentabellik planlaşdırılır.

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin artırılması planında həm ümumi göstəricilər üzrə, həm də ayrı-ayrı iqtisadi resurslardan – iş qüvvəsindən, əsas fondlardan, dövriyyə vəsaitlərindən, investisiya qoyuluşlarından istifadənin səmərəliliyinin artırılmasına dair tapşırıqlar nəzərdə tutulur.

Maliyyə planı müəssisənin pul mədaxili və məxaricini, büdcə, bank və digər subyektlərlə hesablaşmaları əks etdirir.

Müəssisənin inkişaf planının mühüm bölmələrindən olan **kollektivin sosial inkişaf planında** istehsal heyətinin əmək şəraitinin, məişət və istirahət problemlərinin həlli üzrə tədbirlər öz əksini tapır.

Müəssisənin inkişaf planının bütün bölmələri biri-birilə qarşılıqlı əlaqədə və asılılıqda olur. Məsələn, istehsal proqramı (sifarişlər portfeli) müəyyən edildikdən sonra onun yerinə yetirilməsinin material təminatı aydınlaşdırılmalıdır. Lakin istehsal proqramını yerinə yetirmək üçün material resurslarına tələbatı müəyyən etməklə iş bitmir. Bunun üçün müəssisənin maliyyə imkanları ilə resurslara tələbatın dəyər həcmi uzlaşdırılmalıdır və s. Bir sözlə, bölmələr arasındakı bütün asılılıq, səbəb-nəticə əlaqələri tam aşkar edildikdən və bölmələrin arasındakı kəmiyyət nisbətləri müəyyən edildikdən sonra həmin planın reallığına, əsaslandırılma səviyyəsinin düzgünlüyünə zəmanət vermək olar.

Operativ-istehsal planlaşdırılması müəssisənin inkişaf planının məkan və zaman baxımından konkretləşdirilməsinə yönəldilmiş tədbirlər sistemini özündə əks etdirir. O, firmadaxili planlaşdırmanın tərkib hissəsidir və əsasən aşağıdakı vəzifələrin həllinə yönəldilmişdir:

– istehsal proqramının və firmanın inkişaf planının digər göstəricilərinin vaxta görə yerinə yetirilməsinin dəqiqləşdirilməsi. Bu vəzifənin həlli istehsal avadanlıqlarının, istehsal sahəsinin, işçi qüvvəsinin ahəngdar yüklənməsinə, hazır məhsulun satışı üzrə müqavilə ilə müəyyən olunmuş müddətlərə əməl olunmasına təminat verməlidir;

– yerinə yetirilməsi müddətləri göstərilməklə tapşırıqların konkretləşdirilməsi və sex, sahə, briqada və iş yerlərinə göndərilməsi;

– mütərəqqi təqvim-plan normativlərinin hazırlanması (istehsal tsiklinin müddətinin, detalların hazırlanması və məmulat buraxılışı partiyalarının optimal ölçülərinin və s. müəyyən olunması);

– iş yerinin xammal, material, detal, alət və tərtibatlarla və s. təmin edilməsi;

– zaman və məkan baxımından material resurslarının hərəkət qrafiklərinin tərtibi və onun icraçılara təqdim edilməsi;

– əlaqəli sex, sahə, briqada və iş yerlərinin fəaliyyətlərinin əlaqələndirilməsi (koordinasiyası);

– istehsal prosesinin gedişinə nəzarət və onun tənzimlənməsi (dispetçer xidmətinin göstərilməsi).

Sadalanan vəzifələrin həll edilməsi müəssisənin bütün struktur bölmələrinin dəqiq və birqərarlı işini və hazır məhsul buraxılışının ahəngdarlığını təmin edir.

Firmanın istehsal–kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılmasından bəhs olunarkən, sahibkarlıq fəaliyyətinin planlaşdırılması, başqa sözlə, biznes-planların tərtibi, məqsədi, məzmunu, quruluşu və s. məsələlərin də, qısa da olsa, şərhə vacibdir.

Biznes-planın ingilis dilindən hərfi tərcüməsi Azərbaycan dilində «sahibkarlıq fəaliyyəti planı» və yaxud «sahibkarlıq planı» mənasını verir.

Biznes-planların firmanın inkişafı və ya istehsal, investisiya, yeni müəssisənin yaradılması, yeni məhsul və xidmət növlərinin layihələndirilməsi, kredit götürmək, maliyyə sağlamlığının bərpası və s. bu kimi tipləri işlənilib tərtib olunur.

Biznes-planın tərtibində ümumi məqsəd istehsal sahibkarlığı üçün maliyyə mənbəyi tapmaq, investorları biznes fəaliyyətinə şirnikləndirməkdir.

Biznes-planın məzmununa gəlincə ilk əvvəl, mənfəət əldə etməklə yanaşı digər məqsədləri (sosial məqsədlər, sahibkarın statusunun yüksəldilməsi və s.) tam təfəsilatı ilə birinci bölmədə verilir. Sonrakı bölmələrdə biznes-planın əsas parametrləri və göstəriciləri, istehsal olunacaq məhsul və icra ediləcək xidmətlərin xarakteristikası, bazarın tədqiqi və satışın həcmi, biznes-planın realizə edilməsi üçün tədbirlər, sövdələşmənin resurs təminatı və nəhayət, sahibkarlıq layihəsinin iqtisadi səmərəlilik məsələləri öz əksini tapır.

Biznes-planın reallığı gələcək sahibkarlıq fəaliyyətinin təminatçısıdır. Biznes-planın elmi cəhətdən əsaslandırılaraq tərtibi, sövdələşmə baş tutduqdan sonra, inşa olunmuş müəssisədə planlaşdırma üçün istiqamətləndirici amil rolunu oynaya bilər; sahibkarlıq layihəsindən (biznes-plandan) real sahibkarlıq fəaliyyətinə keçid üçün həmin məsələ mühüm şərtidir. Biznes –plandan «Firmanın investisiya fəaliyyəti» adlı fəsilə daha ətraflı bəhs olunacaqdır.

4. Firmada istehsal-kommersiya proqramının tərtibi və əsaslandırılması

Firmanın inkişaf planının mühüm bölmələrindən biri, artıq qeyd olunduğu kimi, istehsal proqramıdır. İstehsal proqramı müxtəlif tələbatları ödəmək üçün müəyyən olunmuş həcmdə, nomenklaturada, çeşiddə və keyfiyyətdə məhsul (iş və xidmətlər) buraxılışı üzrə plan tapşırıqlarının məcmusunu əks etdirir.

Firmanın istehsal proqramının əsasını məhsul buraxılışının və satışının həcmi üzrə tapşırıqlar təşkil edir. Firmanın istehsal etdiyi məhsulunun tərkibi kənara buraxılan və kənara buraxılmaq üçün təyin edilən hazır məhsul və yarımfabrikatlar və habelə kənar üçün xidmətlərdən ibarət olur.

Firmada məhsulun buraxılışı planında istehsal olunan məmulatın kənara satışından və ya öz ehtiyaclarını ödəməkdən asılı olmayaraq, onları natural (cinsi) və dəyər göstəricilərində istehsal proqramına daxil edirlər.

Natural şəkildə hazır məhsul buraxılışı müəssisənin istehsal proqramının mühüm göstəricilərindən biri hesab olunur.

Məhsul istehsalı üzrə proqramda natural göstəricinin ölçü vahidi məhsulun istehlak xassələrini özündə daha dəqiq əks etdirən fiziki ölçü

çü vahidlərilə göstərilir. Məsələn, istehsal ediləcək elektrik enerjisinin həcmi kilovatt-saatla, neft, kömür, çuqun, polad – tonla, parça – kv. metrə və s. ölçülür.

Bəzi məhsulların natural göstəriciləri 2 ölçü vahidi ilə də verilə bilər: məsələn, elektrik mühərrikləri istehsalı həm ədədlə və həm də kv. güc ölçüsü ilə istehsal proqramına daxil oluna bilər.

Məhsul istehsalının həcmi natural ifadədə bağlanmış kontraktlar müqabilində kənara və həm də daxili ehtiyaclara təyinatından asılı olaraq iki göstərici vasitəsilə verilir:

- a) ümumi buraxılış;
- b) əmtəlik buraxılış.

Birinci göstərici – ümumi buraxılış göstəricisi – həm kənara və həm də daxili ehtiyaclar üçün təyinat alan bütün istehsalı özündə birləşdirir. Məsələn, metallurgiya zavodu ümumi buraxılış göstəricisi ilə həm bazar üçün istehsal etdiyi çuqunu və həm də özündə polad istehsalı üçün ayırdığı çuqunu birlikdə uçota alır.

Əmtəlik məhsul buraxılışı yalnız kənara, bazar üçün təyinat almış məhsul istehsalının həcmi xarakterizə edir.

Ümumi məhsul əmtəlik məhsulun, ilin əvvəlinə və axırına bitməmiş istehsal və özünün istehsalı olan yarımfabrikat və alətlərin qalıqları arasındakı fərqi cəmindən ibarətdir.

Ümumi məhsul buraxılışı həcmi natural göstəricilərlə hesablanması mühüm məhsul növləri üzrə istehsalın tam həcmi öyrənmək və ayrı-ayrı məhsullar üzrə istehsal gücləri haqqında məlumat almaq üçün çox əhəmiyyətlidir.

Planlaşdırma praktikasında bəzən şərti-natural göstəricilər vasitəsi ilə də məhsul buraxılışı həcmi istehsal proqramına daxil edirlər. Buna zərurət o vaxt yaranır ki, eyni istehlak dəyəri və analoji iqtisadi təyinatı olan məhsulun müxtəlif növlərinin istehsalı və həm də onların eyni ölçüyə gətirilməsinə ehtiyac duyulsun. Məsələn, yanacaq sənayesində şərti yanacaq, yeyinti sənayesində şərti banka və s.

Müəssisənin istehsal proqramında məhsul buraxılışı həcmi yalnız natural və ya şərti-natural ölçülərlə deyil, həm də dəyər ifadəsində verilir.

Dəyər ifadəsində məhsulun həcmi xarakterizə edən göstəricilərə realizə olunmuş (satılmış), əmtəlik, ümumi, təmiz (xalis),

şərti-təmiz (şərti-xalis) məhsul, emalın normativ dəyəri göstəriciləri aiddirlər.

Realizə olunmuş məhsulun tərkibinə bağlanmış kontraktlar əsasında istehlakçılara göndərilmiş və haqqı ödənilmiş məhsulların dəyəri daxil edilir.

Əmtəlik məhsulun (ƏM) həcmi, artıq qeyd edildiyi kimi yalnız kənara reallaşdırılması məqsədilə istehsal edilmiş məhsulun dəyərində bərabərdir və aşağıdakı kimi hesablanır:

$$\text{ƏM} = \text{RM} + (\text{HMA} - \text{HMƏ}) + (\text{YMA} - \text{YMƏ})$$

Burada, RM – reallaşdırılmış məhsulun həcmi;

HMA – ilin axırına hazır məhsul qalığı;

HMƏ – ilin əvvəlinə hazır məhsul qalığı;

YMA – ilin axırına yola salınmış, lakin dəyəri ödənilməmiş məhsulun həcmi;

YMƏ – ilin əvvəlinə yola salınmış, lakin dəyəri ödənilməmiş məhsulun həcmi.

Əgər əmtəlik məhsul müxtəlif istehlakçıların ehtiyaclarını ödəmək təyinatı almış məhsulların dəyərindən ibarətdirsə, realizə edilmiş məhsul isə artıq istehlakçıların mülkiyyətinə çevrilmiş məhsulların dəyərindən ibarət olur.

Ümumi məhsul göstəricisi müəssisənin istehsal fəaliyyətinin son, yekun nəticəsini özündə əks etdirir.

Zavod metodu ilə hesablanan ümumi məhsul (ÜM) göstəricisinə kənara buraxmaq üçün istehsal olunan və özünün ehtiyaclarına istehlak olunan məmulat, yarımfabrikat, xidmətlər və bir də ilin axırına və əvvəlinə bitməmiş istehsal qalıqlarının fərqi daxil edilir. Bu göstərici aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanır:

$$\text{ÜM} = \text{ƏM} + (\text{BMA} - \text{BMA})$$

Burada, BMA – ilin axırına bitməmiş istehsalın həcmi;

BMƏ – ilin əvvəlinə bitməmiş istehsalın həcmi;

Əmtəlik məhsula ümumi məhsulun o hissəsi daxil edilir ki, onlar kənar üçün istehsal olunur (və ya xidmət göstərilir) və təsərrüfat dövryyəsinə təyinat alır. Başqa sözlə, **əmtəlik məhsula müəssisənin**

özünün ehtiyacları üçün istehsal olunmuş məhsulların və habelə bitməmiş istehsal qalığının dəyərləri daxil edilmir.

Planlaşdırma praktikasında tətbiq olunan həcm göstəricilərindən biri də təmiz (xalis) məhsul göstəricisidir.

Xalis məhsul ümumi məhsulun dəyərilə onun istehsalına sərf olunmuş maddi məsrəflərin fərqi kimi hesablanır və o, yeni yaradılmış, əlavə edilmiş dəyərə ekvivalent olan bir göstəricidir.

Bazar iqtisadi sistemində ayrı-ayrı müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətini qiymətləndirmək üçün “əlavə olunmuş dəyər” göstəricisindən istifadə olunur. Bu göstəricini ümumi məhsulun dəyərindən kənardan alınmış maddi resursların və xidmətlərin dəyəri çıxılmaqla hesablayırlar. “Əlavə olunmuş dəyər”lə «şərti-təmiz məhsul» göstəriciləri arasında – iqtisadi məzmunlarına görə – heç bir fərq yoxdur. Əlavə olunmuş dəyərin bütün istehsallar üzrə cəmlənməsi vasitəsilə ölkənin ümumi daxili məhsulunu (ÜDM) müəyyən edirlər (əlavə olunmuş dəyərin hesablanması qaydası dərsləyin «Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi» adlı fəslində verilmişdir).

Emalın normativ dəyəri bəzi sənaye sahələrində (tikiş, poliqrafiya) istehsalın həcminin planlaşdırılmasında tətbiq olunur. Bu göstəricinin tərkibinə fəhlələrin əsas və əlavə əmək haqqı, ümumzavod və sex xərcləri daxil edilir. Emalın normativ dəyəri yeni yaradılan dəyərin bir hissəsini, başqa sözlə, özü üçün əməyin nəticəsini ifadə edir. Emalın normativ dəyəri əlavə göstərici sayılır, çünki onun tətbiq sahəsi çox məhduddur.

Firmanın istehsal proqramının başqa bir mühüm göstəricisi məhsulun plan çeşididir (assortimentidir).

Çeşid dedikdə, firmanın – aldığı sifarişlər əsasında – bazara təqdim etdiyi əmtəələr dəsti nəzərdə tutulur. Nomenklatura və ya əmtəə çeşidi – firmanın istehsal etdiyi məhsulların məcmusudur. Məhsul növü funksional xüsusiyyətlərinə, keyfiyyətinə və qiymətinə uyğun olaraq çeşid qruplarına (tiplərinə) bölünür. Hər bir çeşid qrupu isə çeşid mövqelərinə bölünür ki, bu da təsnifatın ən aşağı pilləsini təşkil edir.

Məsələn, "yun parça" məhsul növü ayrı-ayrı iriləşdirilmiş çeşid qrupları üzrə – kostyumluq, paltoluq və s. bölüşdürülür. Bunları isə, firmalar mövsüm, qadın və kişi, qız və oğlan üçün təyinat alması baxı-

mından növ, çeşid və artikullara bölərək daha müfəssəl və konkret nomenklaturada özlərinin istehsal proqramlarına daxil edirlər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində məhsulun tam çeşidi firma və müəssisələrdə formalaşır. Firma və müəssisələrin istehsal etdikləri məhsulların çeşidləri onların öz istehlakçıları ilə bağlanmış olduqları müqavilələr əsasında və habelə bazardakı tələb və təklifin uzlaşdırılması zəruriliyinə görə yaranır.

Firmada istehsal həcmnin planlaşdırılması resursların (əmək, kapital, maliyyə və s.), xüsusilə, onların bir növ törəməsi olan, istehsal gücünün ölçüsü ilə müəyyən edilə bilər. İstehsal gücünün mövcud olan ölçüsü və perspektiv imkanları nəzərə alınmadan istehsal həcmnin planlaşdırılması, əvvəla, qeyri-mümkündür, ikincisi, həmin amili nəzərə almadan tərtib edilən plan mənfi nəticələrə gətirib çıxara bilər. Tərtib olunan hər bir plan fəaliyyət üçün “bələdçi” rolunu oynasa da, onun özünün reallığı resursların mövcudluğundan, onların ölçüsünün görülməli işin həcminə uyğunluğundan asılı olur.

Qeyd etmək lazımdır ki, istehsal həcmnin planlaşdırılması, hər şeydən əvvəl, istehsal olunacaq məhsulların bazarı, başqa sözlə, onların istehlakçıları müəyyən edildikdən sonra aparıla bilər. **İstehlakçısı əvvəlcədən bilinməyən, lakin həcmi planlaşdırılan və istehsal olunan məhsulların realizə olunma ehtimalı az, anbarda toplanıb qalmaq şansları isə çox olur.** Eyni fikir istehsal proqramının istehsal gücünün ölçüsünə müvafiq tərtibi məsələsinə də aiddir. Bazarı, istehlakçısı müəyyən olan, lakin istehsal gücünü nəzərə almadan məhsul istehsalını planlaşdırmaq əbəsdir, mümkün deyil. Bunlardan hansı birinin – istehsal gücünün və ya istehlakçının–əvvəlcədən müəyyən edilib-edilməməsi eyni dərəcədə istehsal proqramının reallığını təsdiq və ya inkar edə bilər.

İstehsal gücü firmada istehsalın həcmi planlaşdırarkən son dərəcə mühüm rol oynayır. İstehsal gücləri və onların istifadə dərəcəsi hər bir firmanın istehsal proqramını tərtib edərkən və əsaslandırarkən ilkin məlumat kimi istifadə olunur. Plan tapşırıqlarının reallığı onun müvafiq texniki-iqtisadi hesablamalarla, xüsusən də istehsal güclərinin ölçüsü ilə əsaslandırılması nəticəsində təmin edilir.

İstehsal tapşırıqlarının planlaşdırılmasında və əsaslandırılmasında istehsal güclərinin rolu o qədər böyükdür ki, bəzi iqtisadçılar, onu is-

tehsal proqramı ilə eyniləşdirirlər. Lakin bu belə deyildir, **çünki əvvəla**, istehsal proqramı müəssisənin orta illik istehsal gücü əsasında müəyyən edilir, yəni istehsal proqramı istehsal gücünə bərabər ola bilməz. **İkincisi**, istehsal gücü müəssisənin optimal iş şəraitində əldə edilə biləcək maksimum məhsul buraxmaq imkanı olduğu halda, istehsal proqramı planlaşdırılan işlərin həcmi, xammal, material və enerji resurslarının miqdarına görə müəyyən edilir. **Üçüncüsü**, istehsal proqramı həcminə görə istehsal güclərinə bərabər ola bilməz, çünki plan ili ərzində təşkilati-texniki və digər tədbirlər istehsal gücünü artırır. Nəhayət, **dördüncüsü**, əgər istehsal proqramı plan ilində mövcud olan istehsal vasitələrindən və işçi qüvvəsindən istifadə dərəcəsini xarakterizə edirsə, istehsal gücləri ümumiyyətlə, istehsal aparatının maksimum imkanını özündə əks etdirir. **Beləliklə, istehsal güclərinin həcmi ilə istehsal proqramı arasında bərabərlik işarəsinin qoyulması düzgün deyildir.** Bu, gücün süni surətdə azaldılmasına və gərgin olmayan norma və normativlərin tətbiq edilməsinə şərait yaratmağa gətirib çıxarır və faktiki istifadə edilməyən bir çox ehtiyatlar olduğu halda, zahirən elə vəziyyət yaranır ki, guya firmanın və yaxud müəssisənin istehsal aparatı tamamilə yüklənmişdir.

İstehsal gücünün müəyyən olunmasına “istehsal avadanlıqlarından və meydançalarından tam istifadə etməklə” hesablamaq kimi yanaşırlar. Məhz buna görə də istehsal gücünün düzgün hesablanmasında texnoloji avadanlıqlardan tam istifadə edilməsi onu müəyyən edən bir amil kimi çıxış edir. Avadanlıqlardan istifadə səviyyəsinin süni surətdə azaldılması istehsal gücünü də süni surətdə azaldır və müəssisənin əlavə avadanlığa ehtiyacı yaranır. Bununla əlaqədar olaraq bəzi iqtisadçılar göstərirlər ki, “planda müəyyən edilmiş nomenklaturada” məhsul buraxılışında istehsal avadanlıqlarından tam istifadə çətinliki mümkün olsun və buna görə də, onlar istehsal güclərinin hesablanmasını optimal çeşidə, avadanlıqlardan və meydançalardan tam istifadəni təmin edən çeşidə görə aparmağı düzgün hesab edirlər. Optimal çeşid dedikdə, elə məhsul nomenklaturası başa düşülür ki, o, avadanlıq və meydançaların daha tam yüklənməsinə imkan verir. Qeyd etmək lazımdır ki, burada optimal çeşidin həmin dövr üçün istehsalı zəruri olan, sifarişlər portfelinə daxil olan məhsulların çeşidinə qarşı qoyulması meyləlidir. Göründüyü kimi, məhsulun no-

menklaturası müəyyən edilərkən müəssisəyə plan ilində istehsalı vacib olan, bazarın tələb etdiyi məhsulların deyil, avadanlıqların tərkibinə uyğun gələn proqramın tərtib olunması təklif olunur. Bu, əlbəttə, səhvdir.

Firmanın istehsal proqramının əsaslandırılması istehsal gücünün ilin hər hansı ayına, ilin əvvəlinə və ya axırına deyil, orta illik ölçüsü vasitəsilə aparılmalıdır.

Orta illik istehsal gücü ilin əvvəlinə mövcud olan istehsal gücünə il ərzində işə salınan istehsal gücünün əlavəsi, il ərzində istehsaldan kənar edilən istehsal gücünün çıxılması yolu ilə hesablanır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində – tələb və təklif qanunlarının mexanizmləri işlədikcə – diversifikasiya prosesi çox mütəhərrik səciyyə daşıyacaqdır. Həmin proses tələb və təklifin tarazlıq vəziyyətindən asılı olaraq firmanı məhdud nomenklaturada məhsul istehsalından geniş nomenklatura və çeşiddə məhsul istehsalına keçməyə vadar edəcəkdir. Belə halda firmada avadanlıqların texnoloji quruluşu yeni məhsulların istehsalı texnologiyasına uyğun gəlməyəcəkdir, yeni istehsal güclərini işə salmaq, lüzumsuzların işə ləğvi zərurəti yaranacaqdır. Məhz belə bir vəziyyət, istehsal proqramının dəyişməsi ilə əlaqədar olaraq istehsal gücünün yenidən müəyyən edilməsinin, xüsusilə, orta illik istehsal gücünün hesablanmasının əhəmiyyətini daha da artıracaqdır.

Nəhayət, **istehsal proqramının istehsal gücünün köməyi ilə əsaslandırılmasına təsir göstərən başqa bir amil vardır ki, bu da həmin işi asanlaşdırma və çətinləşdirə bilər.** Belə ki, plan ilində nəzərdə tutulmuş tapşırıqların yerinə yetirilməsi imkanı sifarişlər portfelinin müxtəliflik dərəcəsiindən xeyli asılı olur. **Əgər məhsul istehsalı və xidmətlər göstərilməsi üzrə sifarişlər çox müxtəlifdirsə,** hazırlanacaq məhsullar öz konstruktiv quruluşlarına və hazırlanma texnologiyalarına görə fərqlənərsə, onda müəssisənin istehsal avadanlıqlarının texnoloji quruluşları da mürəkkəb olur. **Əgər istehsal olunacaq məhsul nomenklaturası məhdud və onların hazırlanma texnologiyaları oxşadırlarsa,** deməli, müəssisənin ixtisaslaşma səviyyəsi yüksəkdirsə, onda müəssisənin tərtib etdiyi istehsal proqramı ilə onun istehsal gücü arasında tarazlığa nail olmaq nisbətən asan olur, çətinlik törətmir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində də istehsal proqramının formalaşması, onun müxtəlif resurslarla əsaslandırılması və nəhayət, qəbul olunmuş sifarişlərin yerinə yetirilməsi öz-özünə həll olunmayacaqdır. Bazar qanunlarının tələblərinə cavab vermək, rəqabətdə uduzmaq, müflisləşməmək üçün hər bir firma daha ciddi səy göstərəcək, öz mənafeyini qorumaq işində daha da inadkar olacaqdır.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. «Plan», «proqram» və «proqnoz»: fərqlərini və oxşarlıqlarını izah edin.
2. Firmada planlaşdırma üçün hansı metodlardan istifadə olunur?
3. Firmada planların hazırlanmasında normalardan necə istifadə olunur?
4. Firmanın inkişaf planı hansı bölmələrdən ibarətdir?
5. Firmada istehsal proqramı necə tərtib olunur?
6. Biznes-planın tərtibi məqsədlərini və əsas bölmələrini izah edin.
7. İstehsal proqramının istehsal gücü vasitəsilə əsaslandırılmasının hansı çatışmazlıqları vardır?

Fəsil 12. Firmanın investisiya fəaliyyəti

1. Investisiyanın mahiyyəti və növləri
2. Investisiyanın tərkibi və quruluşu
3. Firmanın investisiya fəaliyyəti və layihələrin qiymətləndirilməsi metodları
4. Investisiya səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolları
5. Investisiya layihəsinin reallaşdırılması üçün biznes-planın tərtibi

1. Investisiyanın mahiyyəti və növləri

Hər bir firma, əvvəllər qeyd edildiyi kimi, öz fəaliyyətinə görə sahibkarlıq mahiyyətinə malikdir. Sahibkarlıq işə, elə bir fəaliyyət növüdür ki, burada məqsəd – vəsait qoymaqla ictimai faydalılıq əsasında şəxsi maraqların ödənilməsi üçün mənfəət əldə etməkdir. Bu, xüsusilə istehsal firmalarına aiddir: onlar «investisiya - istehsal - mənfəət» sxemi ilə işləyirlər. Elə buna görə də firmanın müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərməsi üçün özünün istehsal güclərini genişləndirmək, xərcləri aşağı salmaq, öz məhsulunun rəqabət qabiliyyətini artırmaq və bazarda mövqeyini möhkəmləndirmək məqsədilə vaxtaşırı investisiya qoyuluşu həyata keçirməlidir.

Investisiya (latınca «invest» sözündən olub, tərcüməsi «geyindirirəm» mənasını verir) mənfəət (gəlir) və ya müəyyən sosial səmərə əldə olunması məqsədi ilə sahibkarlıq və yaxud digər fəaliyyət növləri obyektlərinə uzun müddətə qoyulan maliyyə vəsaitindən, habelə maddi və intellektual sərvətlərdən ibarətdir. Belə vəsait və sərvətlərə aşağıdakılar aid olunur.

– pul, məqsədli bank əmanətləri, kreditlər, paylar, səhmlər və başqa qiymətli kağızlar;

– daşınan və daşınmaz əmlak (binalar, qurğular, avadanlıq və başqa maddi sərvətlər);

– müvafiq qaydada rəsmiləşdirilmiş elmi-təcrübi və digər intellektual sərvətlər;

– bu və ya digər istehsal növünün təşkili üçün zəruri olan, ancaq patentləşdirilməmiş, texniki sənədləşdirilmə, vərdiş və istehsalat təcrübəsi kimi tərtib edilmiş texniki, texnoloji, kommersiya və digər biliklərin məcmusu ("nou-hau");

– torpaqdan, sudan və digər təbii ehtiyatlardan, binalardan, qurğulardan, avadanlıqlardan istifadə hüquqları, habelə müəlliflik hüququndan irəli gələn başqa əmlak hüquqları;

– başqa sərvətlər.

Maliyyə baxımdan investisiya – mənfəət (fayda) əldə edilməsi məqsədi ilə iqtisadi (təsərrüfat) fəaliyyətə yönəldilən bütün növ aktivlərdir (vəsaitlərdir). **İqtisadi baxımdan investisiya – əsas (müəyyən hallarda hətta dövriyyə) fondlarının yaradılmasına, genişləndirilməsinə, yenidən qurulmasına və rekonstruksiyasına çəkilən xərclərdir.**

İnvestisiya fəaliyyəti – hüquqi şəxslərin, dövlətin və vətəndaşların investisiyanı reallaşdırmaq üçün praktik fəaliyyətlərinin məcmusudur. Firmanın investisiya fəaliyyəti onun ümumi təsərrüfat- kommersiya fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsidir.

Firmanın investisiya fəaliyyəti özünün istehsal – kommersiya potensialını möhkəmləndirmək və daha da inkişaf etdirməyə yönəldiləcək kapital qoyuluşunun ən sərfəli forma və variantının seçilməsi, əsaslandırılması və realizə edilməsi prosesidir.

İnvestisiyanın obyektlərini və subyektlərini biri-birindən fərqləndirmək lazımdır.

İnvestisiyanın obyektləri – kapital qoyuluşunun istiqamətləri – aşağıdakılardır:

– bütün sahələrdə yeni yaradılan və təkmilləşdirilən əsas fondlar, dövriyyə vəsaitləri;

– qiymətli kağızlar;

– məqsədli pul yatırımları;

– elmi-texniki məhsullar, mülkiyyətin digər obyektləri;

– əmlak hüququ və intellektual mülkiyyət hüquqları.

İnvestisiyanın subyektləri – investisiya prosesinin iştirakçıları – aşağıdakılardır:

– investorlar;

- iş icraçıları (podratçılar);
- investisiya fəaliyyətindən istifadə edənlər;
- əmtəələr, avadanlıq və layihə məhsullarını təqdim edənlər;
- banklar, sığorta şirkətləri və vasitəçi təşkilatlar.

Firmanın inkişafının strateji məqsədləri bilavasitə investisiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. Investisiya vəsaitlərinə tələbat iqtisadi inkişaf məsələlərinin həlli üçün vacib olan həm maddi-texniki, həm də maliyyə ehtiyatlarının həcmi ilə ölçülür. Investisiya fəaliyyəti maddi və maliyyə vəsaitlərinin uzunmüddətli istifadə üçün ayrılmasını nəzərdə tutur.

İnvestisiya, firmanın istehsal ehtiyatlarının bərpasına, istehsal güclərinin genişləndirilməsinə, texnika və texnologiyanın modernləşdirilməsinə, yeni istehsal sahələrinin və güclərinin yaradılıb işə salınmasına, yeni məhsul növlərinin işlənməsinə və s. yönəldilə bilər.

İnvestisiya vəsaitləri müxtəlif formalarda yerləşdirilə bilər və onlar müəyyən əlamətə görə fərqlənilirlər:

- qiymətli kağızlara (səhmlərə və opsiyolara) və daşınmaz əmlakə yönəldilən investisiya;
- borc öhdəliklərinə yönəldilən investisiya;
- az və ya çox risk dərəcəsinə malik olan investisiya;
- uzun və qısamüddətli investisiya;
- birbaşa (real) və portfel investisiya.

Birbaşa investisiya “portfel” investisiyasından fərqli olaraq firmanın fəaliyyətinə və idarə edilməsinə birbaşa təsir etmək imkanı verir. Bu qəbildən olan investisiyanın həcmi isə konkret sahə və firmadan, onda iştirak edən tərəfdaşlardan asılı olaraq müxtəlif ola bilər. Ona görə də bu iki investisiya forması arasındakı sərhəd nisbidir. ABŞ statistikasına görə firmanın kapitalının 10 faizindən çoxuna, Beynəlxalq Valyuta Fondu isə 25 faizindən çoxuna nəzarəti təmin edən investisiyanı birbaşa investisiya hesab edir. Birbaşa investisiya ilə portfel investisiyası arasında mahiyyət fərqi ondan ibarətdir ki, birinci investorun müəssisənin fəaliyyətində maraqlı olmasına gətirib çıxarır, ikinci isə investoru qoyulan vəsaitin gəlirliyində maraqlıdır. **Portfel investisiyalar – investisiya portfelinin formalaşdırılması üçün qiymətli kağızların alınması ilə əlaqədar layihələrə vəsait qoyuluşudur.** Bu halda investorun başlıca vəzifəsi optimal inves-

tisiya portfelinin formalaşdırılması və səmərəli idarə edilməsidir. Buna, bir qayda olaraq, fond bazarında qiymətli kağızların alqı-satqı əməliyyatları vasitəsi ilə nail olunur. İnvestisiya portfelini – müxtəlif qiymətli kağızların və sair investisiya qiymətliyələrinin (məsələn, qiymətli metallar, daş-qaş və s.) bir dəstdə toplanmış məcmusudur.

Real investisiyalar – əsasən istehsal vasitələrinə, istehsal, sosial və infrastruktur obyektlərinə, istehsal prosesinə uzunmüddətli vəsait (kapital) qoyuluşudur.

Real investisiyaları bir çox hallarda birbaşa investisiyalar da adlandırılır. Bu isə onunla əlaqədardır ki, belə investisiyalar bilavasitə istehsal prosesinə yönəldilir.

İnvestor dedikdə, özünün (eləcə də, cəlb olunmuş borc vəsaitlərinin) maddi və intellektual sərvətlərinin birbaşa və yaxud dolayı şəkildə investisiya obyektlərinə qoyulması haqqında qərar çıxarmış subyektlər – hüquqi və fiziki şəxslər – başa düşülür.

İnvestorlar investisiya fəaliyyətinə kreditor kimi, kapital yerləşdirən kimi qoşula bilərlər. Mülkiyyət formasından, fəaliyyət növündən asılı olmayaraq, respublikamızın ərazisində investisiya fəaliyyəti ilə məşğul olan bütün fiziki və hüquqi şəxslər investisiyanı bərabər hüquqla həyata keçirirlər. Onlar nəzərdə tutulan investisiya ayırmalarını birbaşa, müqavilələr əsasında və digər fiziki və hüquqi şəxsləri cəlb etməklə, müştərək şəkildə həyata keçirə bilərlər. Hər bir investor, investisiya ayırdığı obyekt üzərində olan hüququndan, onun fəaliyyətinin son nəticələrindən sərbəst istifadə edə bilər.

Birgə investisiya fəaliyyəti zamanı investorlar arasında qarşılıqlı münasibətlər ikitərəfli və yaxud çoxtərəfli müqavilələr bağlamaq əsasında tənzimlənilir.

İnvestisiya məqsədləri üçün maliyyə vəsaitləri kreditlər alınması, qiymətli kağızlar, eləcə də, istiqrazlar buraxılması yolu ilə cəlb edilir. Kreditlər alınan zaman investor öz üzərinə götürdüyü borc öhdəliklərinin təminatını ancaq öz vəsaitlərini girov qoymaqla təşkil edə bilər. İnvestorlar həm dövlət, həm də bələdiyyə əmlakının, həmçinin başa çatdırılmamış tikintilərin özəlləşdirilməsində fərdi və yaxud da müştərək qaydada iştirak etmək hüququna malikdirlər.

Mövcud qanunvericilikdə investisiya fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsi mənbələri kimi aşağıdakılar nəzərdə tutulmuşdur:

- şəxsi (xüsusi) maddi və intellektual sərvətləri, maliyyə ehtiyatları (mənfəət, amortizasiya ayırmaları, pul vəsaitləri, fiziki və hüquqi şəxslərin əmanətləri);
- investora borc maliyyə vəsaitləri (bank kreditləri, istiqrazlar və digər vəsaitlər);
- büdcədən və büdcədən kənar fondlardan məqsədli investisiya ayırmaları;
- xarici hüquqi və fiziki şəxslərin investisiya ayırmaları.

Azərbaycan dövləti respublikamızda həyata keçirilən bütün investisiyaların qorunmasına təminat vermişdir. İntestisiyanın qorunmasına həm qəbul olunmuş qanunlar, həm də xarici dövlətlərlə bağlanmış ikitərəfli dövlətlərarası müqavilələr təminat verir. Bu təminatlara görə, investisiyanın idarə olunmasına, investisiya vəsaitlərinin respublikaya gətirilməsinə və respublikadan çıxarılmasına, əldə edilən maliyyə nəticələrinin digər sahələrə yönəldilməsinə və bu kimi başqa şərtlərə mane olmaq yolverilməzdir.

2. İntestisiyanın tərkibi və quruluşu

Kapital əmələ gətirən investisiya – yeni müəssisələr tikilməsinə, fəaliyyət göstərənlərin genişləndirilməsinə, texniki cəhətdən yenidən qurulmasına, rekonstruksiya olunmasına, avadanlıqların modernləşdirilməsinə, yeni texnoloji istehsal üsullarının tətbiqinə, həmçinin istehsal ehtiyatlarının yaradılmasına, dövriyyə vəsaitlərinin və qeyri-maddi aktivlərin artırılmasına yönəldilir. Kapital əmələ gətirən investisiyanın tərkib hissəsi olan əsaslı vəsait (kapital) qoyuluşu əsas fondların yaradılmasına yönəldilən investisiyadır. Əsaslı vəsait (kapital) qoyuluşu əsasən iki istiqamətdə iqtisadi təyinat alır:

a) istehlak olunmuş əsas kapitalın yeniləşdirilməsinə və b) avadanlıq parkının genişləndirilməsinə. Əgər əsas kapitalın yeniləşdirilməsi, nəticə etibarilə, əmək məhsuldarlığını yüksəldərsə, həmin investisiya istehsalın səmərəliliyinə yönəldilən investisiya hesab edilir.

Firmada əsaslı vəsait qoyuluşu yeni sex və istehsal sahələri yaratmaqla yanaşı, həm də fəaliyyət göstərənlərin genişləndirilməsi, texniki cəhətdən yenidən qurulması, rekonstruksiya olunması və habelə avadanlıqların modernləşdirilməsi, yeni texnoloji proseslərin tətbiqi işlərinə yönəldilir.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun tərkibi aşağıdakı xərclərdən ibarət olur (burada əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşundakı ardıcılıq bilərəkdən pozulmuş, xərc növləri əsaslı vəsait qoyuluşunun ümumi məbləğindəki xüsusi çəkilərinə görə sıralanmışdır):

a) tikinti-quraşdırma işlərinə çəkilən xərclər;

b) müxtəlif avadanlıqların (texnoloji, energetika, yükqaldırma və nəqliyyat) və habelə əsas fondlara aid olunan alət və inventarların alınmasına çəkilən xərclər;

c) tikinti obyektinin layihələndirilməsi ilə əlaqədar olan geoloji-kəşfiyyat, axtarış və gələcək tikintinin texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmasına çəkilən xərclər;

d) tikinti üçün torpaq sahəsinin ayrılması, tikilən firma üçün kadrların hazırlanması, və onun idarə heyətinin saxlanılmasına çəkilən xərclər.

Göstərilən xərclərin hər birinin əsaslı vəsait qoyuluşunun ümumi məbləğindəki xüsusi çəkisi əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşunu əmələ gətirir.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşunun mütərəqqilik dərəcəsi həmin vəsaitdən istifadənin səmərəlilik səviyyəsinə ciddi surətdə təsir göstərir.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşunda avadanlıqların, xüsusilə texnoloji avadanlıqların alınması ilə əlaqədar olan xərclərin payı çoxaldıqca əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşunun mütərəqqilik dərəcəsi və habelə istismara buraxılan əsas fondlardan istifadə səviyyəsi də yüksək olur; istismara verilən istehsal gücü vahidinə xərclənən vəsaitin həcmi az, əsas fondların tərkibində onun aktiv hissəsinin xüsusi çəkisi isə çox olur. Əksinə, əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşunda tikinti-quraşdırma işlərinə çəkilən xərclərin payı çox olarsa, onda tikilən müəssisənin əsas fondlarında bina və qurğuların – əsas fondların passiv ünsürlərinin – dəyərləri də çox olacaq və nəticə etibarilə, əsas fondlardan istifadə səviyyəsini xarakterizə edən fondverimi göstəricisi yüksək olmayacaqdır. Çünki istehsal əsas fondlarının həmin ünsürləri məhsulun istehsalında birbaşa deyil, dolay yolla iştirak edirlər.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun iqtisadi məsələləri içərisində onun texnoloji quruluşu ilə yanaşı təkrar istehsal quruluşunun da mühüm əhəmiyyəti vardır.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun təkrar istehsal quruluşu dedikdə, onun formalarına çəkilən xərclərin nisbətləri başa düşülür. Bu göstərici yeni tikintiyə, mövcud güclərin genişləndirilməsinə, müəssisənin rekonstruksiya edilməsinə, texniki cəhətdən silahlandırılmasına çəkilən xərclərin əsaslı vəsait qoyuluşunun ümumi məbləğində xüsusi çəkirlərinin hesablanması yolu ilə müəyyən olunur.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun iqtisadi səmərəliliyi əsas fondların təkrar istehsal formalarından ən əhəmiyyətlinin düzgün seçilməsindən də asılı olur.

Yeni iqtisadi sistemə keçid və iqtisadiyyatın inkişafının indiki səviyyəsində əsaslı vəsait qoyuluşunun yeni obyektlərin tikintisinə xərclənməsi həmişə, bütün hallarda özünü doğrultmur. Dünya təcrübəsi göstərir ki, eyni təyinatdan yeni-yeni müəssisələr tikməkdənsə, mövcudların rekonstruksiya və ya texniki cəhətdən yenidən silahlandırılması, iqtisadi səmərəlilik baxımından, daha məqsədəuyğundur. Çünki sonuncular istehsal güclərinin həm tez və həm də ucuz başa gəlməsini təmin edir. Belə ki, firmanın rekonstruksiyası və texniki cəhətdən yenidən silahlandırılmasına əsaslı vəsait qoyuluşu yeni tikintiyə nisbətən iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində 8-25 faiz həcmində ucuz başa gəlir.

Artıq qeyd olunduğu kimi, portfel (maliyyə) investisiyası – firmaların (müəssisələrin) və dövlətin buraxdığı səhm, istiqraz və rəqələri və digər qiymətli kağızlara vəsaitlərin qoyuluşudur.

Qiymətli kağızlara investisiya qoyuluşunun standart məqsədlərinə faizin (dividendin) alınması, kapitalın saxlanması, kapitalın artırılmasının təmin olunması (qiymətli kağızların bazar dəyərlərinin artması hesabına) aiddir.

Prinsip etibarilə, irili-xırdalı, bütün investisiyalar risklərlə bağlıdır. Risk qeyri-müəyyənlikdir; risk və qeyri müəyyənlik oxşar anlayışlardır. Risk – investisiya layihəsinin reallaşdırılması prosesində qeyri-müəyyənliklə əlaqədar yarana biləcək neqativ situasiya ilə bağlı olur.

İnvestisiya risklərini iki qrupa bölmək olar:

a) **ümumi iqtisadi risklər** ölkədəki siyasi-iqtisadi vəziyyətlə əlaqədar olur. Buraya hökumətin iqtisadi siyasətinin mənfi nəticələrinin baş vermə ehtimalı, yüksək inflyasiya və siyasi qeyri-sabitliyin olması imkanları və digər fors-major (fövqalədə) şəraitləri daxildir;

b) **kommersiya riskləri** investisiya qoyuluşunun konkret obyektinə ilə əlaqədar risklərdir. Bunlara qiymətli kağızın bazar dəyərinin azalması imkanı, mənfəət və dividendin olmaması, firmanın (müəssisənin) iflası və ya investisiya obyektinin ləğvi və s. ilə əlaqədar olan risklər aiddirlər. Bu qəbildən olan riskləri azaltmaq üçün investisiya portfelindən istifadə edilir.

İnvestisiya portfelinin formalaşdırılmasının əsas məqsədi investisiya qoyuluşunun bu və ya digər forması ilə əlaqədar risklərin qarşılıqlı azaldılmasıdır ki, bu yolla da əsaslı vəsait qoyuluşunun etibarlılığı təmin edilir və yüksək gəlir əldə olunur.

3. Firmanın investisiya fəaliyyəti və layihələrin qiymətləndirilməsi metodları

Firmanın investisiya fəaliyyətinə aşağıdakılar daxildir: investisiya strategiyasının müəyyən olunması, strateji planlaşdırmanın həyata keçirilməsi, investisiya layihələndirilməsi, layihənin və investisiyanın faktiki səmərəliliyinin təhlili.

İnvestisiya strategiyası – maliyyələşmənin özünün xüsusi, habelə cəlb olunmuş və borc vəsaitlərinin əldə edilməsi şəraitində firmanın uzunmüddətli perspektiv üçün inkişaf yollarının seçilməsi, həmçinin məcmu aktivlərin həcmnin və rentabelliyyənin proqnozlaşdırılmasıdır. Strateji plan, investisiya layihələrinin siyahısı və investisiyanın uzunmüddətli maliyyələşdirilməsi planının tərtibi əsasında investisiya strategiyasının dəqiqləşdirilməsini nəzərdə tutur.

Firmanın investisiya taktikası dedikdə qısa dövr üçün investisiya strategiyasının reallaşdırılmasına səmərələşdirilmiş praktiki vasitələrin və metodların – investisiya resurslarının cəlb olunması imkanlarının nəzərə alınması şərti ilə – məcbusudur.

İnvestisiya layihəsi texniki-iqtisadi əsaslandırma və ya biznes-plan formasında işlənilə bilər. İnvestisiya layihəsinin texniki-iqtisadi əsaslandırılması müəyyən olunmuş rentabellik səviyyəsində investisiyanın həyata keçirilməsinin texniki, iqtisadi, ekoloji və maliyyə imkanlarının tədqiqidir.

Texniki-iqtisadi əsaslandırmaya geoloji tədqiqatlar, bina və qurğuların texniki layihələri, istehsalın texniki hazırlığı, ətraf mühitə tə-

sirin ekoloji tədqiqi, marketing tədqiqatları, maliyyə-iqtisadi göstəricilərin hesablanması daxildir.

İnvestisiya layihəsinin biznes-planı – investisiya layihəsinin bütün inkişaf etmiş ölkələrdə qəbul olunmuş təqdimat formasıdır. İnvestisiya layihələrinin planlaşdırılması metodları və iqtisadi səmərəliliyinin müəyyən olunması meyarı sahibkar, investor, bankir, dövlət idarələrinin qulluqçularının və beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının qarşılıqlı anlaşmasını təmin edən işgüzar münasibətlərin müəyyən olunması vasitələridir.

İri investisiya layihələri digərlərindən texniki-iqtisadi əsaslandırma və biznes-plan tədqiqatının ətraflı hazırlanma səviyyəsinə və onu (biznes-planı) dəstəkləyən sənədlərin say çoxluğu ilə fərqlənir.

Kiçik investisiyalar üçün texniki iqtisadi əsaslandırma ilə biznes-plan eyni ola bilər.

İnvestisiya layihələrinin səmərəliliyinin təhlili üç hissədən ibarətdir: ümumiqtisadi, texniki-iqtisadi və maliyyə təhlili.

Ümumiqtisadi təhlil ölkədə iqtisadi və bazar konyunkturasının, investisiya mühitinin əlverişli və ya əlverişsiz olmasının təsvirini əks etdirir.

Texniki-iqtisadi təhlil bu və ya digər texniki işləmənin iqtisadi üstünlüklərinin əsaslandırılması ilə birlikdə layihənin texniki tərəfinə aiddir.

İnvestisiyanın maliyyə təhlili kapital və cari dəyərdə pul axınının tədqiqinə əsaslanır.

Əsas kapitalın (istehsal əsas fondlarının) təkrar istehsalı işində – maddi istehsalın xüsusi forması kimi – tikintinin çox böyük rolu vardır. Tikinti – binalar və qurğuların inşa edilməsi, texnoloji avadanlıqların quraşdırılması və inşa edilməkdə olan obyektlərin zəruri keyfiyyətdə iş buraxılması vəzifələrini icra edir.

Tikinti başqa istehsalla müqayisədə uzun müddət davam etdiyindən planlaşdırma işi həmin prosesin aramsızlığı və birqərarlığına təminat verməlidir. Əks halda, tikinti, planda nəzərdə tutulmuş müddətdən çox davam etdikcə, ahəngdarlıq pozulduqca onun dəyəri artır, tikintinin «zadə» (bitirilməmiş) hissəsi çoxalır.

Sahibkarlıq obyektinin tikintisi vaxt etibarilə nə qədər çox yubadırsa, bitməmiş tikililərin sayı çoxalır, resurslar pərakəndə şəkildə

tikililər üzrə səpələnir. Məhz buna görə də yeni bir müəssisənin inşası üçün əsaslı vəsait qoyuluşu üzrə proqramın tərtibi zərurəti yaranır və bunun əsasında isə əsaslı vəsait qoyuluşunun və tikinti-quraşdırma işlərinin illik planları tərtib olunur.

Əsaslı tikinti planının aşağıdakı əsas bölmələri vardır.

1. Əsas fondların, istehsal güclərinin işə buraxılması və habelə "zadə" üzrə tapşırıqlar.

2. Əsaslı vəsait qoyuluşunun həcmi və quruluşu (texnoloji, təkrar istehsal).

3. Ayrı-ayrı tikintilər və obyektlər üzrə titul siyahıları.

4. Tikinti-quraşdırma işləri üzrə proqram.

5. Əsaslı vəsait qoyuluşunun iqtisadi səmərəliliyi.

İstehsal əsas fondlarının yaradılması və istehsal güclərinin işə salınması üzrə investisiya qoyuluşu əsaslı tikinti planının çox vacib bölməsidir. Çünki məhz bu bölmədə nəzərdə tutulan tapşırıqların – tikintinin miqyası və müddəti üzrə tapşırığın yerinə yetirilməsi əsaslı vəsait qoyuluşunun nəticəsini xarakterizə edir. Əsas fondların və istehsal güclərinin işə salınması əsaslı vəsait qoyuluşu planının yerinə yetirilməsini bütövlükdə qiymətləndirmək üçün istifadə olunan ən mühüm göstəricidir.

İstehsal gücləri və əsas fondların işə salınması planı həm natural (ton, metr və s.) və həm də dəyər göstəricisində tərtib olunur. İşə salınan əsas fondların smeta dəyəri müəyyən olunur.

Əsaslı tikinti planının mühüm bölmələrindən biri də əsaslı vəsait qoyuluşunun quruluşudur.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşu üzrə plan tapşırığını müəyyən etməkdə məqsəd əsas fondların aktiv hissəsinin artırılması – maşın, avadanlıq alınmasına vəsaitin mümkün dərəcədə çoxaldılmasında məqsəd – əsas fondlardan istifadə səmərəliliyini səciyyəyləndirən fondverimi göstəricisini artırmaq, məhsulun fondtutumluğunu azaltmaqdır.

Maşın və avadanlıqların alınmasına sərf olunacaq əsaslı vəsait qoyuluşu həcmnin planlaşdırılmasının köməyi ilə əsaslı tikinti planı ilə maşın və avadanlıqların istehsal planını uzlaşdırmaq mümkün olur.

Bunlardan əlavə, əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji quruluşunun planlaşdırılması vasitəsilə tikinti-quraşdırma işlərinin limitini və bu-

nun əsasında isə podrat üsulu ilə tikintinin həcmi və habelə podratçı təşkilatların zəruri gücünü müəyyən etmək mümkün olur.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun əsas fondların təkrar istehsal formalarına görə quruluşunun planlaşdırılması vasitəsilə əsaslı vəsait qoyuluşunun ən qənaətli istifadə istiqamətini seçmək üçün imkan yaranır. Bu halda yeni tikinti, texniki cəhətdən yenidənqurma (rekonstruksiya), güclərin genişləndirilməsi və s. formalarından hər hansının seçilməsi məqsədilə tikinti-quraşdırma işlərinin həcmi əvvəlcədən müəyyən etməyə şərait yaranır.

Əsaslı tikinti planının mühüm bölmələrindən biri də inşa ediləcək obyektin titul siyahısıdır. Planın bu bölməsində tikinti planı üzrə tapşırıq ayrı – ayrı tikinti obyektləri üzrə konkretləşdirilir.

Tikinti obyektləri üzrə resursların təmərküzləşdirilməsi və inşasına yeni başlanılmış ən vacib obyektlərdə işin gedişinə nəzarəti gücləndirmək məqsədilə onlar proqrama adbaad daxil edilir. Bu onunla əlaqədardır ki, həmin obyektlərin tikilməsi və yeni istehsal güclərinin işə salınması sahələrarası proporsiyalarda ciddi əhəmiyyət kəsb edir.

Titul siyahısında hər bir müəssisənin adı, tikiləcəyi müddət və rayon, layihə istehsal gücü, əsas fondların smeta dəyəri, əsaslı vəsait qoyuluşunun həcmi və tikinti-quraşdırma işlərinin dəyəri göstərilir.

Titul siyahısının mühüm bir göstəricisi də əsas fondların və istehsal güclərinin yaradılması üzrə tapşırığın – tikinti müddətinin əhatə etdiyi illər üzrə həcmələrinin göstərilməsidir.

Titul siyahısında habelə iş icraçısı – keçirilmiş tenderin qalibi olan tikinti təşkilatının adı da konkret olaraq qeyd edilir.

Əgər əsaslı vəsait qoyuluşu titul siyahısında konkret il üçün nəzərdə tutulduğundan az mənimsənilərsə, həmin kəsir sonrakı ilə keçirilir və bunun yerinə yetirilməsi məqsədilə sifarişçi (şirkət) və tikinti təşkilatının imkanları səfərbər olunur.

Təsdiq olunmuş titul siyahısı tikintinin başladığı və başa çatdırıldığı dövr ərzində dəyişdirilə bilməz, çünki **titul siyahısı, sifarişçi, maliyyə, bank, tikinti və təchizatçı təşkilatları (bəzən lizinq şirkəti) üçün fəaliyyət proqramıdır və ciddi bir sənəddir.**

Nəhayət, əsaslı tikinti planının bir bölməsi də **əsaslı vəsait qoyuluşunun iqtisadi səmərəlilik bölməsidir.** Bu bölmə, seçilmiş layi-

hənin və bununla əlaqədar olan əsaslı vəsait qoyuluşunun verəcəyi iqtisadi nəticənin qiymətləndirilməsi üzrə tapşırıqdır.

Əsaslı vəsait qoyuluşunun səmərəliliyi istehsal sahibkarlığı, ölkə iqtisadiyyatının gələcək inkişafı və əhalinin rifahının yaxşılaşdırılması üçün çox önəmli bir məsələdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, hər hansı investisiya fəaliyyəti ilə bağlı qərar qəbul edilməsi mürəkkəb bir proses olduğundan, bu zaman hər şeydən əvvəl investisiyanın istiqamətləri və növləri, investisiya layihələrinin dəyəri və onların müxtəlif variantları, maliyyə ehtiyatlarının məhdudluğu, investorların çoxluğu və maraqlarının müxtəlifliyi və s. araşdırılıb öyrənilməlidir. Eyni zamanda, maliyyə vəsaitlərinin cəlb olunması mənbələri, layihələrin həyata keçirilməsi ilə bağlı edilən riskin dərəcəsi, layihələrin tətbiqindən alınacaq nəticələrin müxtəlifliyi və digər amillər də nəzərə alınmalıdır. Bu amillər müəyyənləşdirilməlidir ki, onların əsasında, bazar münasibətləri şəraitində investisiya qoyuluşlarının istiqamətlərinin müxtəlifliyi və, eyni zamanda, azad maliyyə ehtiyatlarının məhdud olması nəzərə alınsın. Bununla əlaqədar olaraq, aşağıda dünya təcrübəsində investisiya layihələrinin qiymətləndirilməsində geniş istifadə olunan və kifayət qədər təkmilləşdirilmiş üsullara baxılacaqdır. Həmin üsullardan istifadə edərək, bu və ya digər investisiya fəaliyyəti haqqında kifayət qədər əsaslandırılmış qərarlar qəbul etmək olar.

İnvestisiya layihələri müxtəlif maliyyələşdirmə mənbələri və imkanları, texnoloji və təşkilatı təminat, realizasiya müddəti və s. cəhətdən xarakterizə oluna bilər. Onların hər biri eyni dərəcədə vacibdir. Ancaq investisiya fəaliyyətinin maliyyələşdirmə aspektləri bir sıra hallarda həlledici əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, bu və ya digər investisiya layihəsinin məqsədəuyğun və perspektivli olub-olmamasını, onun maliyyə aspektlərini açıqlayan üç əsas məsələ: a) layihənin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan maliyyə vəsaitinin həcmi, b) tələb olunan həcmdə maliyyə vəsaitlərinin cəlb edilməsi mənbələri və bu vəsaitlərdən istifadənin qiyməti, c) investisiyanın özünü necə doğrultması və ayrılan investisiya ilə müqayisədə gözlənilən maliyyə nəticələrinin səviyyəsi xarakterizə edir.

Bütün bu məsələlərin həllini mövcud təşkilatı və iqtisadi proseslərin tədqiqi yolu ilə və reallıqları nəzərə almaqla hesablayıb tapmaq mümkündür.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazar münasibətləri şəraitində maliyyə vəsaitlərindən istifadə vaxt amilinin nəzərə alınmasını zəruri edir. Pul vəsaitlərindən istifadənin dəyərinin vaxtdan asılı olaraq dəyişməsinə dəlalət edən səbəblər, pul vəsaitlərindən istifadənin çoxlu alternativ istiqamətlərinin mövcud olması, pul vəsaitlərinin toplanması və əldə olunması mənbələrinin müxtəlifliyi, hər bir maliyyə və kredit təşkilatının özünəməxsus faiz siyasətinin mövcudluğu, yəni borc pul vəsaitlərindən istifadənin qiymətinin müxtəlif olması və s. aid edilə bilər.

Pulun, vaxtdan asılı olaraq, dəyərinin müəyyənləşdirilməsi vacibliyi iki nöqtəyi-nəzərdən əsaslandırıla bilər: birincisi, nağd pulun vaxt keçdikcə qiymətdən düşməsi, ikincisi isə, pul vəsaitlərinin kapital kimi dövr etməsi və dövriyyədən həтта ilkin kapitalın belə qaytarılmasının riskli olması.

Pulun, vaxtdan asılı olaraq qiymətdən düşməsinə belə də ifadə etmək olar: bu gün əldə olan müəyyən məbləğ nağd pulun dəyəri gələcəkdə əldə edilməsi mümkün olan həmin məbləğdəki pulun dəyərinə bərabər deyildir və birinci məbləğ ikinci məbləğlə müqayisədə daha qiymətlidir. Belə ki, o artıq əldədir, ikincisi isə müəyyən vaxtdan sonra əldə ediləcəyinə bazar iqtisadiyyatı şəraitində tam əmin olmaq mümkün deyildir.

Pulun vaxtdan asılı olaraq qiymətləndirilməsi problemi, respublikamız üçün yeni olsa da, dünya praktikasında həmin amili nəzərə alan metodlar işlənmişdir və investisiya layihələri üzrə nağd pul axınının qiymətləndirilməsində geniş istifadə edilir. Pul vəsaitlərinin dəyərinin vaxta görə müəyyənləşdirilməsi diskontlaşdırma prosesi adlanır. Bu zaman diskontlaşdırma əmsalından istifadə olunur. **İnvestisiya layihələrinin qiymətləndirilməsində vaxt amilinin nəzərə alınmamasından asılı olaraq, qiymətləndirmə üsulları iki qrupa bölünür:**

1. Diskontlaşdırılmış qiymətləndirməyə əsaslanan üsullar;
2. Mühasibat uçotuna əsaslanan üsullar.

Birinci qrup üsullara aşağıdakılar aid edilir:

- a) İnteqral səmərə (xalis cari dəyər göstəricisi);
- b) Rentabellik norması (daxili rentabellik norması);
- c) Rentabellik indeksi.

İkinci qrup üsullara isə aşağıdakılar daxildir:

1. İnvestisiyanın ödənmə müddəti;
2. İnvestisiyanın səmərəlilik əmsalı.

İnvestisiya layihələrinin qiymətləndirilməsi zamanı illər üzrə investisiya qoyuluşlarının həcmi və gəlirlər, layihənin həyata keçirilməsi müddəti, pul axınının diskontlaşdırılması əmsalı və s. əsas götürülür.

İnvestisiya layihəsinin inteqral səmərəsi üsulunun əsasını ilkin investisiya məbləğinin proqnozlaşdırılmış nağd pul axınının məbləği ilə müqayisə edilməsi təşkil edir. Pul axını dövrlər üzrə paylandığına görə diskontlaşdırma (gətirilmə) əmsalından istifadə olunaraq müqayisə edilən səviyyəyə gətirilir. Bu əmsalın qiyməti investor tərəfindən müəyyənləşdirilir. Investor bu zaman illik faiz dərəcəsindən və yaxud da onun investisiya qoyuluşundan əldə etmək istədiyi mənfəət normasından istifadə edə bilər.

İnvestisiyanın daxili rentabellik norması dedikdə, inteqral səmərəni sıfır bərabərləşdirən diskontlaşdırma əmsalının qiyməti başa düşülür.

İnvestisiyanın rentabellik indeksi nisbi göstəricidir və xərc vahidinin payına düşən gəlirin səviyyəsini ifadə edir, başqa sözlə, investisiyanın səmərəliliyini göstərir. Bu metodla investisiyaya sərf olunan vəsaitdən əldə ediləcək gəlirin çox və ya az olduğu müəyyən edilir.

İnvestisiyanın ödənmə müddətinin hesablanması metodu həm sadə, həm də geniş istifadə olunan üsuldur. Əgər investisiyadan gəlirlər illər üzrə bərabər paylanıbsa, illik xərcləri gəlirlərin həcminə bölmək lazımdır. Mənfəətin illər üzrə qeyri-bərabər paylandığı hallarda isə, ödənmə müddəti investisiya qoyuluşunun məbləğindən illik gəlirləri ilbəil çıxmaq yolu ilə tapılır.

İnvestisiyanın səmərəlilik əmsalının hesablanması metodunun iki xüsusiyyətini göstərmək lazımdır. Onlardan birincisi, gəlirlərin diskontlaşdırılmasının tələb olunmamasından, ikincisi isə, gəlirlərin xalis mənfəət göstəricisi ilə xarakterizə edilməsindən ibarətdir. Mənfəətin uçot norması kimi də adlandırılan investisiyanın səmərəlilik əmsalı orta illik mənfəətin investisiyanın orta kəmiyyətinə (faizlə ifadə olunur) bölünməsi yolu ilə hesablanır. İnvestisiyanın orta kəmiyyəti kapital qoyuluşu məbləğinin ikiyə bölünməsi yolu ilə tapılır.

İnvestisiya layihəsini seçərkən, onu qiymətləndirmək üçün aşağıdakı göstəricilərə əsaslanmaq olar:

1. layihənin daxili rentabellik norması;
2. layihə «müəllifinin» qoyduğu investisiyanın layihənin ümumi məbləğində xüsusi çəkisi;
3. layihənin tətbiqinin ətraf mühüt üçün təhlükəsiz olmasının təmin edilməsi.

Qeyd edilən göstəricilərdən birinci və üçüncünün mümkünlüyünü qabaqcadan görmək və qəbul etmək olar. Lakin layihə «müəllifinin» zəruri payda investisiya qoyması çox hallarda mümkün olmur. Belə olduqda isə layihənin digər xüsusiyyətlərini daha dəqiq tədqiq etmək və onun cəlbedici aspektlərini aşkar etmək lazım gəlir. Həmin cəlbedici aspektlərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- investisiya cazibədarlığı;
- məhsulların rəqabətqabiliyyətilik səviyyəsi;
- müəssisənin kadr potensialı;
- müəssisənin innovasiya cazibədarlığı;
- müəssisənin maliyyə üstünlüyü;
- ərazi üstünlüyü;
- ekoloji üstünlüklər;
- riskin dərəcəsi.

Hər bir layihənin investisiya cazibədarlığı müəssisənin iqtisadi-psixoloji göstəricilərinin məcmusu ilə müəyyən edilir ki, bu halda investor kapital qoyuluşunda ən aşağı risklə ən yüksək qazanc əldə etmək imkanı qazanır.

4. İnvestisiya səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolları

Azərbaycan Respublikasında həyata keçirilən iqtisadi islahatların mühüm istiqamətlərindən biri də əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasıdır.

Məlumdur ki, dövlət ölkənin perspektiv sosial-iqtisadi inkişaf istiqamətlərini nəzərə alaraq, məqsədyönlü investisiya siyasəti apara bilər, eləcə də, investisiya siyasətinin tərkib hissəsi kimi müəyyən stimullaşdırıcı və yaxud da məhdudlaşdırıcı tədbirlər hazırlayıb həyata keçirə bilər. Bu yolla ölkədə investisiya fəaliyyəti tənzimləmə və investisiya qoyuluşları strateji cəhətdən perspektivli sahələrə yönəldilə bilər.

Ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının perspektiv istiqamətlərinə uyğun gələn iqtisadi, elmi-texniki, sosial proqramların həyata keçirilməsi məqsədilə investisiya fəallığının lazımi səviyyəsinə nail olmaq üçün təkmil hüquqi bazanın yaradılması zəruridir.

İnvestisiya fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi aşağıda qeyd olunan mexanizmlərdən istifadə edilməsini nəzərdə tutur:

– vergi sistemində potensial investorlar üçün güzəştli vergi dərəcələrindən və şərtlərindən istifadə olunması;

– aşağı faizlərlə kredit verilməsini və sürətli amortizasiya ayırmalarını özündə cəmləşdirən çevik maliyyə-kredit və əsas vəsaitlərin amortizasiyası mexanizmlərindən istifadə olunması;

– investisiya layihələrinin həyata keçirilməsi məqsədi ilə respublikaya gətirilən istehsal-texniki təyinatlı avadanlıqların əlavə dəyər vergisindən və gömrük rüsumundan qismən və ya tamamilə azad edilməsi və s.

Ölkədə investisiya fəaliyyətinin genişlənməsi yuxarıda qeyd olunan mexanizmlərlə yanaşı, dövlət tərəfindən investisiyanın qorunması sahəsində görülən konkret tədbirlərdən də asılıdır. Bu, xarici investisiyanın cəlb edilməsi nöqtəyi-nəzərindən olduqca vacibdir. Ona görə də, respublikamızın ərazisində müxtəlif təsərrüfat subyektləri tərəfindən həyata keçirilən investisiyaların qorunmasına dövlət təminat verir. Belə bir təminat mülkiyyət formasından və investisiyanın təyinatından asılı olmayaraq, bütün investorlar üçün dövlət səviyyəsində verilir. Belə təminatlar "İnvestisiya fəaliyyəti haqqında", "Xarici investisiyanın qorunması haqqında" Azərbaycan Respublikası qanunlarında öz əksini tapmışdır.

İnvestisiya qoyuluşunun həyata keçirilməsi haqqında qərarın qəbul olunmasına həm daxili, həm də xarici amillər təsir göstərir. Həmin amillərə başlıca olaraq aşağıdakılar aid edilə bilər:

– makroiqtisadi şərait;

– tələbin səviyyəsinin dəyişməsi prosesi;

– təklifin səviyyəsinin dəyişməsi prosesi.

Müəssisə müəyyən makroiqtisadi mühitdə fəaliyyət göstərir və onun fəaliyyətinə bir çox tənzimləyici amillərlə yanaşı dövlətin iqtisadi siyasəti də öz təsirini göstərir. Belə təsiredici amillərə: tələbin

ümumi səviyyəsi, real bank faizinin dərəcəsi, iqtisadi inkişaf səviyyəsi, dövlətin büdcə və vergi siyasəti, pul-kredit mexanizmləri və s. aid edilə bilər. Bütün bu amillər, makroiqtisadi mühitin bu və ya digər formada tənzimlənməsi prosesində müəssisənin fəaliyyətinə öz təsirini göstərir. Məsələn, bank faizinin dərəcəsinin yüksəldilməsi ilə xarakterizə olunan maliyyə siyasəti investisiya fəallığını məhdudlaşdırır. Bunun əksi isə, investisiya proseslərini stimullaşdıraraq, investisiya qoyuluşlarının həcmi artırır. Son nəticədə, düzgün makroiqtisadi siyasət şəraitində investisiya fəaliyyətinin genişlənməsinə və ölkə iqtisadiyyatına investisiya axınının artmasına gətirib çıxarır.

İqtisadiyyatda investisiya fəallığının səviyyəsinə tələbin səviyyəsinin dəyişməsi bilavasitə təsir göstərir. Əgər tələbin həcmi artarsa, investisiya fəallığı da artar, əksinə, tələb aşağı düşərsə, investisiya fəallığı da zəifləyər. Təklifin səviyyəsinin dəyişməsi də investisiya qoyuluşunun həcminə öz təsirini göstərir. **Güclü rəqabətə davam gətirmək üçün münasib istehsal sistemini və idarəetmə aparatını yaratmayan müəssisə, bazarda öz mövqeyini saxlamaqda çətinlik çəkər və getdikcə bazardan sıxışdırılıb çıxarıla bilər.**

Firmada investisiya qoyuluşu ilə bağlı qərar qəbul edilməsi prosesi kifayət qədər real olan informasiyanın toplanması və işlənməsini tələb edir. Bu informasiya makroiqtisadi şərait, tələb və təklifin həcmi dəyişməsi, material ehtiyatlarından səmərəli istifadə imkanı, mövcud olan maliyyələşdirmə mənbələri və s. ilə əlaqədar olur. Bundan sonra həmin məlumatlar və müxtəlif investisiya variantları və onların həyata keçirilməsindən əldə oluna biləcək nəticələr haqqında proqnozlar əsasında qarşıda duran problemin həlli üçün investisiya qoyuluşunun məqsədəuyğunluğu haqqında konkret qərar qəbul edilir.

5. Investisiya layihəsinin reallaşdırılması üçün biznes-planın tərtibi

Biznes – planların öz təyinatına, məqsəd və istiqamətlərinə görə biri-birindən prinsipial fərqləri olan 2 növü mövcuddur:

Daxili. Firmanın öz sahibkarlıq fəaliyyətini obyektiv qiymətləndirilməsi əsasında özünün perspektiv inkişaf proqramının tərtibi və bunun realizə olunmasının mərhələlərə bölünməsidir.

Xarici. Biznes-planın tərtibində məqsəd kənar investorun texniki-təşkilati, maliyyə-iqtisadi, risk və digər problemlər haqqında məlumatlandırmaq, onu müəssisənin yaradılmasına sövq etməkdir.

Biznes (sahibkarlıq) – məqsədi mənfəət əldə etmək olan iqtisadi (burada söhbət istehsal sahibkarlığından gedir) fəaliyyət növüdürsə, biznes-plan həmin məqsədə çatmaq üçün həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan tədbirlər sistemidir. Biznes-plan hər hansı investisiya qoyuluşunu həyata keçirməzdən əvvəl investisiyanın nə dərəcədə səmərəli olub-olmayacağını müəyyənləşdirən məlumatların əks olunduğu, müəssisənin inkişaf layihəsinin həyata keçirilmə proqramını özündə cəmləşdirən çox vacib sənəddir, firmanın investisiya fəaliyyətinin mühüm cəhətidir. Bu sənəd müəssisənin strateji inkişaf perspektivlərinin iqtisadi və maliyyə cəhətlərini, eləcə də bununla əlaqədar olan konkret tədbirlərin texniki-iqtisadi əsaslandırılmasını əks etdirir.

Biznes-plan hər hansı bir müəssisənin strateji inkişaf məqsədlərindən irəli gələn konkret işlərin hansı mərhələlər üzrə və hansı maliyyə və maddi ehtiyatlar hesabına yerinə yetiriləcəyini göstərir, məqsədə çatmaq üçün nə qədər xərclər çəkiləcəyini və çəkilən xərclərin nə dərəcədə səmərə verəcəyini açıqlayır. **Elmi cəhətdən kifayət qədər əsaslandırılmış şəkildə işlənmiş biznes-planda firmanın daxil olacağı yeni satış bazarları, fəaliyyət növləri və onların həyata keçirilməsi ardıcılığı əks olunur.**

Firmanın biznes-planı onun ümumi inkişaf konsepsiyasına əsaslanaraq işlənir. Biznes-planda mikro- və makroiqtisadi təhlilin nəticələrinin əlaqələndirilmiş şəkildə ifadə olunduğu texniki-iqtisadi göstəricilər sistemi verilir. Onun məzmununda dövrü olaraq, müəyyən firma daxilində baş verən dəyişikliklərin və eləcə də, firmanın fəaliyyət göstərdiyi xarici mühitdə gedən proseslərin nəticələrindən asılı olaraq, dəyişikliklər aparılır.

Biznes-plan investisiya layihəsi əsasında hazırlanır. Investisiya layihələri isə müxtəlif məqsədlər üçün hazırlana bilər. Investisiya layihəsinin işlənməsi prosesi bir neçə mərhələni özündə birləşdirir. Aşağıdakı cədvəldə investisiya layihəsinin işlənməsi mərhələləri və hər bir mərhələdə qəbul edilən müvafiq qərarlar göstərilmişdir (cədvəl 12.1).

Cədvəl 12.1

İnvestisiya layihələrinin işlənməsi mərhələləri

	Layihəqabağı mərhələlər	Təhlil vasitələri	Qərarın qəbulu
1.	Araşdırmalar	Layihənin imkanlarının ümumi tədqiqi	Texniki-iqtisadi tədqiqatların aparılması istiqamətinin seçilməsi
2.	İlkin təhlilin aparılması	İlkin texniki-iqtisadi tədqiqatlar	Mümkün variantlardan ən səmərəlisinin müəyyənəşdirilməsi. Texniki-iqtisadi tədqiqatların aparılmasının məqsəd uyğunluğunun müəyyən edilməsi
3.	Son təhlilin aparılması	Texniki-iqtisadi tədqiqatlar	Layihənin meyarlarının dəqiqləşdirilməsi. Seçilmiş meyarlar çərçivəsində layihənin həyata keçirilməsi mümkünlüyünün müəyyən olunması
4.	Layihənin qiymətləndirilməsi	Qiymətləndirmə üzrə tədqiqatlar	İnvestisiya qoyuluşu üzrə son qərarın qəbul edilməsi

İnvestisiya layihələrinin məzmunu və əsas bölmələri müəyyən qədər standartlaşdırılmışdır. Avropa İqtisadi Birliyinin tələblərinə görə, investisiya layihələrinin tərkibində yeddi əsas bölmənin olması vacibdir. Bunlara aşağıdakılar daxildir:

- layihəni həyata keçirən firmanın ümumi xarakteristikası;
- istehsal ediləcək məhsulun xarakteristikası;
- marketing tədqiqatı planı;
- işçi heyəti;
- maliyyə planı;
- istehsal proqramı.

İnvestisiya layihəsinin bölmələrinin məlumatları əsasında, adətən, xülasə (qısa şərh) də verilir və bu xülasə əsasında layihənin nə dərəcədə cəlbedici olması müəyyənəşdirilir. **Ona görə də, bu bölmə həm qısa, həm də məzmunlu olmalıdır ki, potensial investorlar layihə haqqında tam təsəvvür əldə edə bilsinlər.**

İnvestisiya layihəsinin işlənməsi əsasında üç vacib məsələ həll olunur.

1. Müəyyən məhsul növünün istehsalının təşkil edilməsi mümkünlüyü sübuta yetirilir (bunun üçün bütün təminatlar və şəraitlər olması əsaslandırılır);

2. Layihənin həyata keçirilməsinə mane ola biləcək amillərin aradan qaldırılması imkanları müəyyən edilir;

3. İstehsalı planlaşdırılan məhsul növünə olan tələbin həcmi müəyyənləşdirilir və bazar qiymətinin aşağı və yuxarı hədləri proqnozlaşdırılır.

Bütün bunlar həll edildikdən sonra, investisiya layihəsinin həyata keçirilməsinin mümkünlüyü əsaslandırılmış olur. Bununla da, potensial investor qeyri-müəyyənlik hallarından azad olur, investisiyanın müxtəlif alternativ variantlarını müqayisə etmək yolu ilə özü üçün daha çox maraq doğuran variantı seçmək imkanı əldə edir.

Elmi-metodoloji baxımdan investisiya layihəsində aşağıdakılara xüsusi diqqət verilməlidir:

- investisiyanın yönəldildiyi istiqamətlərin xarakterik cəhətləri;
- investisiya layihəsinin həyata keçirilməsindən gözlənilən son nəticə;
- investisiya layihəsinin həyata keçirilməsi üçün lazım olan investisiyanın həcmi;
- investisiyanın maliyyələşdirilməsi mənbələrinin planlaşdırılması;
- investisiya layihəsinin həyata keçirilməsinə çəkilən xərclərin geri qaytarılması şərtləri və potensial investorların əldə edəcəkləri gəlirlər.

İnvestisiya layihələndirilməsi üzrə işlər başa çatdıqdan sonra, həmin sənəd müvafiq tələblərə cavab verən biznes-plan formasında təmamlanır və bununlada firmanın investisiya siyasəti müəyyənləşir.

Biznes-plan hazırlanan zaman görülmək konkret işlərin siyahısı dəqiqləşdirilir və tələb olunan maddi və əmək ehtiyatları qiymətləndirilir. Görülmək işlər üzrə fəaliyyət proqramı kimi, biznes-plan işgüzar təkliflərin hazırlanmasının əsasını təşkil edir.

Biznes-planların təyinatı və istifadə dairəsinin geniş olmasına baxmayaraq, onların hazırlanmasına və əsas məzmununa müəyyən tələblər irəli sürülür. Məsələn, bir sıra investorlar, dərin məzmunlu və eyni zamanda, yığcam şəkildə tərtib olunmuş biznes-planlara maraq göstərirlər, digərləri isə, layihənin xüsusiyyətlərini və üstünlüklərini açıqlayan biznes-planlara daha çox maraqlı olurlar ki, belə cəhətləri özündə əks etdirən biznes-planların hazırlanması heç də asan

deyildir. Buna baxmayaraq, onları hazırlayan zaman artıq müəyyən qərarlaşmış strukturdan istifadə edilir və standart biznes-plan aşağıdakı bölmələrdən ibarət olur:

- xülasə;
- müəssisənin və sahənin təsviri;
- əmtənin təsviri;
- marketing planı;
- investisiya planı;
- istehsal planı;
- maliyyə planı və layihənin səmərəlilik göstəriciləri;
- layihə üzrə risklərin təhlili (həssaslığın təhlili);
- nəticələr;
- əlavələr.

Biznes-plan birgə işlər görülməsi üçün tərəfdaşların cəlb olunmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Onunla tanışlıq təklif edilən investisiya layihəsinin iqtisadi cəhətdən nə dərəcədə cəlbedici olmasını aydınlaşdırmaq və müvafiq qərar qəbul etmək mümkün olur. Buna görə də, biznes-plan tərtib olunarkən aşağıdakı şərtlərə əməl edilir:

- biznes-plan çox yığcam, sadə, tez dərk oluna bilən tərzdə və peşəkarlıqla tərtib olunmalıdır;
- biznes-planın investorlar üçün cazibədar və anlaşıqlı olması məqsədlə o, bölmələr üzrə işlənilib hazırlanmalıdır;
- biznes-plan potensial investora ilkin variantda təqdim edilməlidir və əgər investisiya layihəsinə onda ciddi maraq yaranarsa, yalnız bu halda layihənin məxfi cəhətləri ilə potensial investoru tanış etmək olar.

Biznes-plan yalnız müəssisədaxili sənəd kimi deyil, həm də potensial investorların müəyyən layihələrin həyata keçirilməsində iştiraka cəlb olunması işində də böyük rolunu oynayan sənəddir. Hər bir potensial investor müəyyən bir layihənin həyata keçirilməsi haqqında qərar qəbul etməzdən əvvəl:

- biznes-planla yaxından tanış olur;
- təklif edilən layihənin nə dərəcədə riskli və eləcə də, perspektivli olmasını müəyyənləşdirir;
- biznes-planın məzmununu təşkil edən texniki-iqtisadi göstəricilərin nə dərəcədə düzgün əsaslandırıldığını dəqiqləşdirir;

– layihənin həyata keçirilməsindən əldə ediləcək maliyyə nəticələrinin (və əldə edəcəyi gəlirin) nə dərəcədə qənaətbəxş və reallığa yaxın olmasını müəyyən edir.

Belə hərtərəfli texniki-iqtisadi təhlil aparıldıqdan sonra, potensial investor layihənin biznes-planını hazırlayıb təqdim edən müəssisə ilə danışıqlara başlaya bilər. Ona görə də, biznes-plan hazırlanan zaman potensial investorların tələbləri nöqtəyi-nəzərindən maraq doğuran bölmələrin məzmununu dolğun və inandırıcı şəkildə, konkret olaraq verilməlidir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İnvestisiyanın mahiyyətini və formalarını izah edin.
2. Firmada investisiya qoyuluşları hansı əlamətlər üzrə təsnifləşirlər?
3. Əsaslı vəsait qoyuluşunun mahiyyətini izah edin.
4. Əsaslı vəsait qoyuluşunun texnoloji və təkrar istehsal quruluşunu izah edin.
5. Firmanın investisiya fəaliyyətinə nələr daxildir?
6. İnvestisiya qoyuluşlarının səmərəliliyinin hesablanması metodlarını izah edin.
7. Firmada investisiya qoyuluşlarının səmərəliliyinin yüksəldilməsinin hansı yolları var?
8. Biznes-planla firmanın investisiya fəaliyyəti arasındakı əlaqəni izah edə bilərsinizmi?

Fəsil 13. Firmanın innovativ inkişafı

1. İnnovasiyanın mahiyyəti və növləri
2. İnnovasiyanın texnoloji və iqtisadi potensialı
3. Firmanın innovativ inkişafının mərhələləri
4. İnnovasiyanın iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

1. İnnovasiyanın mahiyyəti və növləri

Firmanın kommersiya fəaliyyətinin kəmiyyət tərəfi deyil, keyfiyyət tərəfi – «neçəliyi» yox, «necəliyi» – burada (firmada) həyata keçirilən innovasiyanın (yeniliklərin) miqyasından bilavasitə asılı olur. Lakin, məhsuldar qüvvələrin ünsürlərində təkmilləşmələr olmadan innovasiyanın nəinki miqyasından, hətta, bu prosesin aparılması mümkünlüyündən belə, söhbət gedə bilməz. Məhsuldar qüvvələrin ünsürlərinin təkmilləşdirilməsi isə yalnız elmi-texniki tərəqqinin təsiri altında baş verir.

Elmi-texniki tərəqqi – əmək vasitələrinin və texnoloji proseslərin təkmilləşdirilməsi, əmək cisimlərinin keyfiyyətə yaxşılaşdırılması (yeni material və yanacaq növlərinin yaradılması və tətbiqi), idarəetmənin səmərəli metodlarının işlənməsi və istifadə olunması üzrə baş verən fasiləsiz bir irəliləyişdir. Firmanın istehsal fəaliyyətində və ya bu fəaliyyətin nəticələrində baş verən keyfiyyət dəyişiklikləri, daha doğrusu yeniliklər elmi-texniki tərəqqinin «klassik» və müasir istiqamətlərinə söykənir. Onlar aşağıdakılardır:

1. İstehsalın elektriklişdirilməsi. Elektriklişdirmə – elmi-texniki tərəqqinin tətbiqini təmin edir, enerji resurslarından səmərəli istifadəyə şərait yaratmaqla gücə əsaslanan texnoloji proseslərin həyata keçirilməsində, istehsalın kompleks mexaniklişdirmə və avtomatlaşdırılması üçün həlledici rolunu olan elektrik enerjisi ilə təmin edir.

2. İstehsalın kompleks mexaniklişdirilməsi və avtomatlaşdırılması. İstehsalın kompleks mexaniklişdirilməsi və avtomatlaşdırılması.

ması uyğun olaraq, bir tərəfdən texnoloji əməliyyatlar və köməkçi işlərin maşınlarla icrası müxtəlif texniki vasitələrin (nəzarət-ölçü cihazlarının) köməyi ilə və digər tərəfdən fəhlənin iş rejiminə nəzarətlə yanaşı onun avadanlıqların idarə edilməsi funksiyasından azad olunmasına xidmət edir.

3. İstehsalın kimyalaşdırılması. Kimyəvi reaksiyalara əsaslanan texnoloji üsulların istehsala tətbiqindən məqsəd təbii sərvətlərin emalı və ya onların əvvəlcədən «proqramlaşdırılmış» xassələrə malik yeniləri ilə – süni və sintetik materiallarla əvəzlənməsinə nail olmaqdır.

4. İstehsalın elektronlaşdırılması. Elmi-texniki tərəqqinin bu istiqamətinin nəticələri firmanın fəaliyyətdə olan bütün bölmə və şöbələri elektronika vasitələri ilə – kompyuter, EHM, peyk rabitəsi sistemi və s. informasiya texnologiyaları ilə təminatına şərait yaradır. Həmin elektronika vasitələrinin köməyi ilə ölçü, nizamlayıcı layihə – konstruktor işləmələri, tədqiqat və sınaq işləri yerinə yetirilir, istehsal prosesi sürətləndirilir.

5. Yeni materialların yaradılması və tətbiqi. Bu istiqamətdə aparılan elmi-texniki işləmələr keyfiyyətcə yeni, səmərəli xassələrə – istiyə dözümlük, korroziya və radiasiyaya davam gətirə bilən, gec «yorulan» konstruksiya materiallarının yaradılması və istifadə edilməsi mümkün olur. Bütün bunlar yalnız istehsalçı firmanın deyil, istehlakçısında iqtisadi göstəricilərini yaxşılaşdırır.

6. Yeni texnoloji istehsal üsullarının mənimsənilməsi. Elmi-texniki tərəqqinin bu istiqaməti nəinki firma, hətta sənaye sahəsi və bütünlükdə iqtisadiyyat miqyasında bir sox istehsal və sosial– iqtisadi problemlərin həllində müstəsna rola malikdir və böyük əhəmiyyət kəsb edir. Yeni texnologiya istehsala əlavə resurslar cəlb etmədən onun həcmi artırır, məhsulun maya dəyərini azaldır, əmək məhsuldarlığının və məhsulun keyfiyyət səviyyələrini yüksəldir.

Elmi-texniki tərəqqinin innovasiya işinə xidməti istiqamətlərindən biri də istehsalın «baş agentini»ni təkmilləşdirməsidir. Elmi-texniki tərəqqi mürəkkəbləşən istehsal prosesini idarə edən əməyi öz məzmununa görə mühəndis əməyinə yaxınlaşan fəhlə kontingentinin formalaşmasını tələb edir. Nəticədə istehsal resurslarının hamısı keyfiyyətcə yeniləşir, firmada bütün istiqamətlər üzrə innovasiya fəaliyyəti üçün real imkanlar yaranır.

Bazar münasibətlərinə keçidlə bağlı intellektual kapital elmi–texniki tərəqqinin sürətləndirilməsində ciddi rola və əhəmiyyətə malikdir. İntellektual kapital natural–əşya forması olmayan obyektlərə – patent, lisenziya, ticarət markası, Elmi–Tədqiqat Təcrübə Konstruktor İşləmələrinə (ETTKİ) qoyulan sərmayələrin məcmusundan ibarət olur.

İntellektual kapital genişləndikcə yeniliklərin miqyası artır, yenilikləmə, başqa sözlə, innovativ proses formalaşır və sürətlənir. İnnovasiyanın dəyişikliyə səbəb olan, dəyişikliklə nəticələnən 5 növü göstərilir.

1. Yeni texnoloji istehsal üsulundan, yeni texnikadan istifadə;
2. Yeni keyfiyyət xassələrinə malik məhsulların tətbiqi;
3. Yeni fiziki-kimyəvi xüsusiyyətləri olan xammal və materialdan istifadə edilməsi;
4. Maddi-texniki təminatın yeni təşkili formalarına keçid;
5. Satışın yeni bazarlarının yaranması

Sadalanan bütün dəyişikliklərin həyata keçirilməsi innovativ proseslərin vasitəsilə icra olunurlar.

Müasir iqtisadi inkişafın fərqləndirici cəhəti elmin istehsala təsiri ilə yanaşı iqtisadi mühitin də elmi-texniki fəaliyyətə əks təsirinin güclənməsidir. Elmi-texniki tərəqqi fundamental və nəzəri tədqiqatları, tətbiqi axtarışları, konstruktor-texnoloji işləmələri, yeni texnika nüsxələrinin hazırlanması, sınaqdan keçirilməsi, mənimsənilməsi, sənaye üsulu əsasında istehsalı və iqtisadiyyata tətbiqi mərhələlərini özündə birləşdirən mürəkkəb və fasiləsiz bir prosesdir.

İqtisadi inkişafın müasir mərhələsində elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin mənimsənilməsi iqtisadi artımın həlledici amilinə çevrilmişdir. Elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin iqtisadiyyatlaşdırılması və cəmiyyətə, nisbətən az zaman kəsiyində, ictimai fayda gətirməsinə səbəb onun çoxplanlılığı, əhatə miqyasının genişliyidir; təsir sferası və ölçüsünə görə elmi-texniki tərəqqi ictimai-iqtisadi, sosioloji prosesləri özülündən zirvəsinə qədər əhatə etməklə onların mahiyyətində dəyişiklik aparır, onlara yeni keyfiyyət verir.

Elm və texnikada və habelə elmlə texnikanın inteqrasiyası şəraitində baş verən keyfiyyət dəyişmələri sonralar nəinki həmin sahələrin özlərinin, həm də elm və texnikanın digər qarşılıqlı asılı sahələrinin tərəqqisinə səbəb olmuşdur.

XX əsrdə elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətləri, edilmiş kəşflər miqyasına və keyfiyyətinə görə ictimai həyatın bütün sahələrində analoqu olmayan dəyişikliklərlə nəticələnmişdir. Buraya atom texnologiyasını, televizoru, peykləri və kosmik gəmiləri və s. aid etmək olar.

Nəzəri və empirik biliklər üzrə mütəxəssislər arasında aparılmış sorğular göstərir ki, keçən əsrdə əldə edilmiş kəşflər iqtisadi inkişaf və sosial tərəqqidəki əhəmiyyətinə görə aşağıdakı kimi sıralanır: kompüter – 30 faiz; internet – 16 faiz; televiziya – 11 faiz; atom texnologiyası – 9 faiz; peyklər və kosmik gəmilər – 9 faiz; əl telefonu – 8 faiz; transplantasiya tibbi – 7 faiz; gen texnologiyası – 5 faiz; digər kəşflər – 6 faiz.

Bu kəşflərdən hər hansının əhəmiyyətini azaltmadan – göründüyü kimi – cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişafında ən əhəmiyyətli kompüter texnologiyasıdır. Elə buna görə də, sənaye əsri hesab olunan XX əsr öz yerini yeni informasiya əsri adlanan XXI əsrə vermişdir.

İqtisadi inkişafın və sosial tərəqqinin sürətləndirilməsində yuxarıda göstərilən bütün texniki yeniliklərin rolu şübhəsizdir. Bunların bir çoxu müəssisələrdə aparılmaqda olan innovasiya prosesinə bilavasitə yardımçı olur, yeni, daha mütərəqqi məhsulların layihələndirilməsi, sınaqdan keçirilməsi və kütləvi istehsalına başlanılmasında təsiredici, müəyyənədicisi və ya həlledici rol oynayırlar.

Elmi-texniki tərəqqi əgər bir tərəfdən cəmiyyətin məhsuldar qüvvələrinə geniş meydan açmasında müstəsna rola malikdirsə, digər tərəfdən insanlar arasındakı ictimai münasibətlərə, onların sosial tərəqqisinə güclü təsir göstərən amildir.

Elmi-texniki tərəqqi, artıq qeyd edildiyi kimi, bilavasitə maddi nemətlərin istehsalı ilə məşğul olan cəmiyyət üzvlərinin sosial inkişafına da ciddi surətdə təsir göstərir. O, texnoloji prosesin tərkib hissəsi olan nəzarət-idarə funksiyalarının texniki vasitələrlə icrasını təmin etməklə məhsuldar qüvvələrin subyektiv amilini – insanı bilavasitə istehsaldan kənarlaşdırır, **fəhlənin fiziki gücü, cəldliyi arxa plana, iti zəka, məlumatları qəbul və təhlil etməklə ani nəticə çıxarmaq, texnoloji hadisələrə qarşı həssaslıq və şüurlü hərəkət kimi keyfiyyətləri isə ön plana çəkir.**

Innovasiya – potensial elmi-texniki tərəqqinin yeni məhsul və texnologiyalarda öz əksini tapan real (gerçəkləşmiş) elmi-texniki

nailiyyətlərə çevrilməsini əks etdirir. Elmi-texniki innovasiya «elm-istehsal» tsiklinin son nəticələrini xarakterizə edir ki, bu da elmi-texniki məhsul kimi çıxış edir və konkret tələbatların ödənməsi üçün yeni elmi ideya və biliklərin, kəşflərin, ixtiraların və işləmələrin kommersiya baxımından reallaşdırılması məqsədilə maddiləşdirilməsidir.

Innovasiya üçün üç əlamət xasdır: elmi-texniki yenilik, istehsala tətbiqiliyi, kommersiya baxımından reallaşdırılması imkanı. Kommersiya cəhəti innovasiyanı, bazardakı tələbat vasitəsilə dərk olunmuş iqtisadi zərurət kimi müəyyən edir.

Innovasiyanın səviyyəsi həm texnoloji parametrlər baxımından, həm də bazar nöqteyi-nəzərindən qiymətləndirilir.

Texnoloji parametrlərindən asılı olaraq **məhsul və proses innovasiyaları** bir-birindən fərqləndirilir. Məhsul innovasiyası yeni məhsul növlərinin yaradılması və mənimsənilməsini nəzərdə tutur. Proses innovasiyaları isə istehsalın təşkilinin yeni metodlarının (yeni texnologiyaların) yaradılması ilə əlaqədardır.

Innovasiyalar yeniliklərin səviyyəsinə görə, prinsipcə, yeni, yəni yerli və xarici praktikada analoqu olmayana və nisbətən yeni innovasiyalara bölünür.

Innovasiya prosesinin əmtəyə çevrilməsi ilə onun iki fazası fərqlənir: a) yaradılma və yayılma; b) yeniliyin diffuziyası.

Birinci, əsasən, elmi tədqiqatların, təcrübə-konstruktor işlərinin, sınaq nümunəsinin hazırlanması və satışının təşkilindən ibarət ardıcıl mərhələlərdən ibarətdir.

İkinci fazada, innovasiyanın ictimai-faydalı səmərəsi yeniliklərin istehsalçıları arasında, həmçinin istehsalçılar və istehlakçılar arasında bölüşdürülür. Diffuziya nəticəsində həm istehsalçıların, həm də istehlakçıların xarakteristikalarında keyfiyyət dəyişiklikləri baş verir. Innovasiyanın yayılması, yayılma forması və sürəti kommunikasiya kanallarının gücündən, təsərrüfat subyektlərinin informasiyanı qəbul etməsi xüsusiyyətindən, onların bu informasiyadan praktiki istifadə bacarığından və s. asılı olan məlumatların ötürülməsi prosesidir.

Innovasiya elə texniki-iqtisadi tsikldir ki, tədqiqat və işləmələr sferasının nəticələrindən istifadə texniki və iqtisadi dəyişikliklərə sə-

bəb olur ki, bu da həmin sferanın özünün fəaliyyətinə əks təsir göstərir. Ümumi halda innovasiya prosesinin gedişat ardıcılığını aşağıdakı formada göstərmək olar:

FT – TT – İ – L – T – M – Sİ – MR – S

Burada, FT – fundamental tədqiqatlar;

TT – tətbiqi tədqiqatlar;

İ – işləmələr;

L – layihələndirmə;

T – tikinti;

M – mənimsəmə;

Sİ – sənaye istehsalı;

MR – marketinq;

S – satış.

İnnovasiya fəaliyyəti yeniliyin yaradılması və istehlakçıya çatdırılması və ya tətbiqi ilə əlaqədar elmi-texniki, təşkilati, maliyyə və kommersiya fəaliyyətini özündə birləşdirir.

İnnovasiya fəaliyyətinin aşağıdakı növləri vardır:

– texniki hazırlıq və istehsalın təşkili (istehsal avadanlığının və alətlərinin əldə olunması, onlarda, o cümlədən yeni məhsulun hazırlanması və ya yeni texnoloji prosesin tətbiqi keyfiyyətinə nəzarətin və istehsalın prosedurasında, metodlarında və standartlarında dəyişikliklərin edilməsi);

– məhsul və texnoloji proseslərin modifikasiyalarının daxil olduğu istehsalqabağı işləmələr, yeni texnologiyanın və avadanlıqların tətbiqi üçün heyətin hazırlanması, həmçinin, əgər konstruksiyanın təkmilləşdirilməsinə ehtiyac varsa, sınaq istehsalı və istehsalın başlanması;

– yeni məhsulların marketinqi (yeni məhsulun bazara çıxması ilə əlaqədar fəaliyyət növləri, yəni bazarın ilkin tədqiqi, məhsulun müxtəlif bazarlara uyğunlaşdırılması (adaptasiyası), reklam kompaniyası);

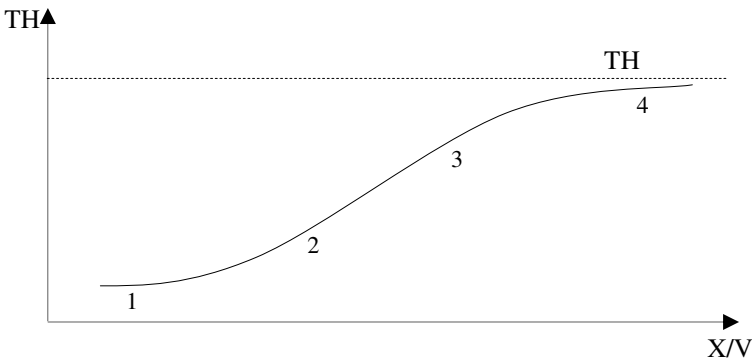
– kənardan texnologiyaya patentlərin, lisenziyaların alınması, "nou-hau", ticarət markası və bu kimi qeyri-maddi aktivlərin əldə olunması;

- kənardan maddiləşmiş texnologiyaların alınması (öz texnoloji məzmununa görə məhsul və proses innovasiyalarının tətbiqi ilə əlaqədar məşin və avadanlıqlar);
- istehsal layihələndirilməsi (istehsal prosedurasının, texniki xüsusiyyətlərinin, istismar xarakteristikalarının müəyyən edilməsi üçün nəzərdə tutulan plan və çertyojların hazırlanması).

2. İnnovasiyanın texnoloji və iqtisadi potensialı

İnnovativ proseslər istisnasız olaraq firmanın istehsal resurslarının hamısında keyfiyyət dəyişiklikləri apara bilir. Bu halda **firmanın istehsal aparatı həmin keyfiyyət dəyişiklikləri ilə bağlı kəmiyyətcə çoxalır, nəticədə onun istehsal potensialı genişlənir**. İstehsal potensialı isə, məlum olduğu kimi, firmanın imkanlarının məcmuudur. Potensialın reallaşdırılması, başqa sözlə, gerçəkləşdirilməsi isə inkişafın əsas yoludur.

İnnovasiyanın texnoloji və iqtisadi potensialını fərqləndirmək lazımdır. Bu, innovasiyanın yaradılmasından əldə edilən texniki və iqtisadi səmərəni fərqləndirməyə imkan verir.



- Burada, TS – texniki səviyyə;
 TH – texnoloji hədd;
 X/V – xərc/vaxt;
 1 – təcrübə nümunəsi;
 2 – birinci kommersioniya məhsulu;
 3 – ikinci kommersioniya məhsulu;
 4 – sonuncu kommersioniya məhsulu.

Şəkil 13.1. Texnoloji trayektoriya

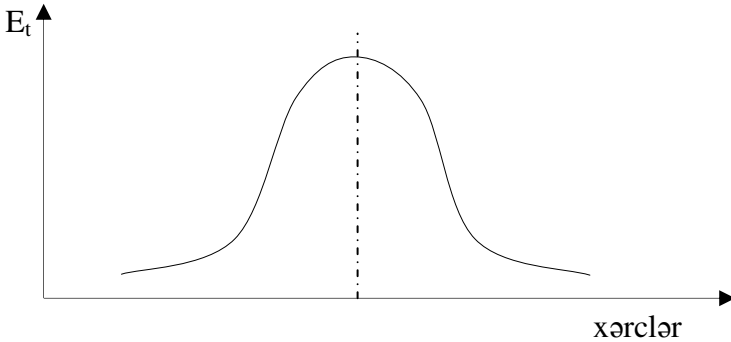
Innovasiyanın texnoloji potensialı yeniliyin əsasında dayanan konsepsiyanın obyektiv fiziki, kimyəvi, bioloji və digər parametrlərinin son həddi ilə müəyyən olunur. O hər bir konkret zaman anında texniki səmərəliliyin texnologiyanın əldə olunmuş səmərəliliyi ilə nəzəri cəhətdən mümkün həddi arasındakı fərq kimi müəyyən olunur. Bu zaman nəzərə almaq lazımdır ki, texniki səmərəliliyin və texniki səviyyənin ölçülməsi xalis texniki nailiyyətlərlə əlaqəli parametrlərə deyil, potensial sifarişçilər və ya istehlakçılar üçün daha çox istehlak dəyərinə malik parametrlərə əsaslanmalıdır. Bu potensial konkret texnoloji işləmə çərçivəsində, yeni imkanların mənimsənilməsi nəticəsində, getdikcə azalır. Konstruktiv prinsiplərin təkmilləşdirilməsi sürəti təcrübə-konstruktor işlərinə cəlb olunmuş resursların həcmi ilə müəyyən olunur. Texniki səviyyənin (texniki faydalılıq, güc, məhsuldarlıq) artımı ilə bu məqsəd üçün sərf olunmuş resurslar arasındakı əlaqəni "texnoloji trayektoriya" adlanan əyri vasitəsilə göstərmək olar (şəkil 13.1).

Təcrübə nümunəsi yaradıldıqdan sonra onun texniki təkmilləşdirilməsi prosesi nisbətən zəif baş verir (1-2 sahə). Bu, ilkin mərhələdə bir sıra çatışmazlıqların aradan qaldırılmasına, yeni nümunə ilə əlaqədar nəzəri və empirik biliklərin dərk edilməsinə, onun konstruksiyasının müxtəlif variantlarının qiymətləndirilməsi və sınaqdan keçirilməsinə ehtiyacın yaranması ilə əlaqədardır. Sonrakı mərhələdə – zəruri təcrübə və biliklər toplandıqdan sonra – texniki səviyyənin sürətli artımı baş verir (2-3 sahə). Nəhayət, **innovasiyanın (yeniliyin) texniki səviyyəsinin nəzəri və praktiki cəhətdən son həddinə yaxınlaşdıqca bu sahədə əlavə resursların sərf olunması zərurəti yaranır və nəticədə alınan səmərənin artımı çəkilən xərclərin artımından geri qaldığından tədbirin səmərəlilik səviyyəsi ya sabit qalır, ya da aşağı düşür.**

Texniki səviyyənin artımının (ΔTS) sərf edilən resurslara (ΔR) nisbəti elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin texnoloji səmərəliliyini (E_t) müəyyən edir və bu aşağıdakı düsturun köməyiylə hesablanır.

$$E_t = \frac{\Delta TS}{\Delta R}$$

Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin texnoloji səmərəliliyini sxematik olaraq aşağıdakı şəkildəki kimi göstərmək olar.



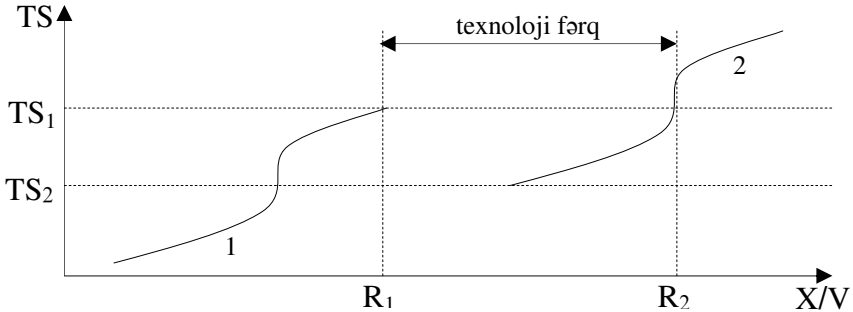
Şəkil 13.2. Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin texnoloji səmərəliliyi (şəkil 13.1 əsasında tərtib edilib)

Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin maksimum səmərəsi yeniliyin texnoloji potensialının hələ ikinci hissəsi (şəkil 13.1) tükənməmiş başlayır (şəkil 13.2). Nəzəri cəhətdən bu vaxtdan etibarən alternativ yeniliklərin hazırlanmasını aktivləşdirmək məqsədəuyğundur, baxmayaraq ki, bu anın özündə belə rentabellik göstəriciləri yüksək və iqtisadi səmərəlilik baxımından perspektivdə həmin göstəricilərin pisləşməsi ehtimalı yox dərəcəsində olur. Bu mərhələdə yeniliyin texnoloji trayektoriyadakı mövqeyinin təhlili və texnoloji səmərəliliyinin aşağı düşməsinin uçuotu, onun (yeniliyin) əks olunduğu məhsula bazarda olan tələbin vəziyyətinin müəyyən edilməsinin vacib vasitəsinə, yəni tələbin tükənməsinə dair "erkən xəbərdarlığın" vacib tərkib hissəsinə çevrilir.

Beləliklə, texnoloji trayektoriya ilə əlaqədar aşağıdakı mövqe prinsiplial əhəmiyyət kəsb edir: elmi-tədqiqat işlərinin texnoloji səmərəliliyinin azalmasının başlanğıcı ilə yeniliyin iqtisadi potensialının artımının maksimum tempinə uyğunluğu, hər bir konkret texnologiyanın təbii hədlərinin mövcudluğu, yeniliyin "yetkinlik" dərəcəsindən asılı olaraq bu həddə yaxınlaşma bərabərölçülülüdür. Qeyd etmək lazımdır ki, texnoloji trayektoriya üzrə hərəkət innovasiyanın təkamül yolu ilə təkmilləşdirilməsi prosesini əks etdirir.

Texnoloji trayektoriya anlayışından istifadə edərək inqilabi yeniliklərin yaranması prosesini də izah etmək olar. Bu, köhnə əyri üzrə hərəkətdən imtina edib yeni əyrinin əvvəlinə keçidlə əlaqədardır. Yeni texnologiyaya (yeni konstruktiv prinsip, yeni material, yeni proses və

s.) keçid perspektivdə texnoloji səviyyənin artmasına gətirib çıxarır. Lakin keçid prosesi ciddi çətinliklərlə əlaqədardır. Birincisi, ilk dövrlərdə texnoloji səviyyə ciddi şəkildə aşağı düşür (şəkil 13.3: $TS_1 > TS_2$); ikincisi, yeni texnologiyanın köhnə texnologiyanın səviyyəsinə (TS_1) çatması, yəni onun (yeninin) təşəkkül tapması üçün müəyyən vaxt tələb olunur. Bundan başqa, yeni texnologiyanın təşəkkül tapması üçün əlavə xərclər çəkilməlidir: $R_2 > R_1$.



Burada, 1 – əvvəlki (köhnə) texnoloji trayektoriya;
 2 – yeni texnoloji trayektoriya;
 TS – texnoloji səviyyə;
 X/V – xərc/vaxt;
 R₁ – əvvəlki texnologiyaya çəkilən xərclər;
 R₂ – yeni texnologiyaya çəkilən xərclər.

Şəkil 13.3. Texnoloji fərq

Texnoloji səviyyənin dinamikası ilə yanaşı, texnoloji səmərəlilik tədqiqat və işləmə prosesinin səmərəliliyinin daxili amilləri ilə əlaqədardır. Bunlara tədqiqat heyyyətinin ixtisas səviyyəsi, laboratoriyaların maddi-texniki təminatı, elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin səriştəli idarə olunması, firmanın (müəssisənin) ondan kənarında yaradılan texnoloji yenilikləri mənimsəməsi səmərəliliyi aiddir.

Qeyd etmək lazımdır ki, elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin texnoloji səmərəliliyi (E_t) yeniliyin kommersion müvəffəqiyyəti üçün zəruri şərtidir. Bu şərti aşağıdakı kimi ifadə etmək olar:

$$E_y = E_t + E_i$$

Burada, E_y – yeniliyin səmərəliliyi;
 E_t – texnoloji səmərəlilik;
 E_i – iqtisadi səmərəlilik.

Beləliklə, innovasiyanın (yeniliyin) səmərəliliyi o vaxt müsbət qiymət ala bilər ki, həm iqtisadi, həm də texnoloji səmərəlilik – hər ikisi müsbət qiymət almış olsun. Əgər yeniliyin texnoloji səmərəliliyi yüksəkdirsə, lakin ona tələb yoxdursa, onda onun ümumi səmərəliliyi mənfi qiymət alacaqdır. Dinamik rəqabət şəraitində yeniləşdirilməyən texnoloji baza əsasında istehsalın genişlənməsi mənfi nəticələrə gətirib çıxarır, çünki rəqabət və tələbin tam ödənməsi nəticəsində belə məhsulun istehlak dəyəri, başqa sözlə, yenilik səviyyəsi getdikcə azalır.

Yeniliketmə üzrə imkanların gerçəkliyə çevrilməsi bir sıra texniki – təşkilati və sair tədbirlərin həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. İnnovasiya fəaliyyətinin səmərəliliyi həmin işlərin – tədbirlərin icrasının düzgün təşkilindən birbaşa asılıdır.

İnnovasiya fəaliyyətinin təşkili formaları müxtəlif texnopark strukturları vasitəsilə həyata keçirilir və onlar aşağıdakılardır:

Texnopark. Bu, informasiya, texnoloji, məsləhət, marketinq və tədris mərkəzlərindən və habelə, sənaye yönümlü şirkətlərin birliyindən ibarət olur. Bu mərkəzlər firmalara öz profilləri üzrə xidmətlər göstərir, məsləhətlər verirlər. Texnoparkda elmi – tədqiqat sektoru texnopolisə nisbətən zəif olur.

Texnopolis. Bu, yeni, mütərəqqi məhsul istehsal etmək, elmtutumlu texnologiya yaratmaq məqsədilə iri elm-sənaye kompleksi, universitet, elmi-tədqiqat institutu və mərkəzlərindən ibarət olur. Burada elmin inkişafının yeni istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi və inkişaf etdirilməsi üçün zəruri şərait yaradılır; texnopolisdə elm, texnika və sahibkarlıq üzvü şəkildə birləşdirilir. Texnopolisin «çəkici qüvvəsi», əsası elmi-tədqiqat kompleksidir.

Biznes-inkubator. Bu, elə bir təşkilatdır ki, burada sahibkarlıqla məşğul olmağa başlayanlar üçün öz işlərinin yerinə yetirilməsi üzrə vərdişlər aşılamaq istiqamətində tövsiyələr verilir, hüquqi, iqtisadi və s. məsləhətlər vasitəsilə köməkliklər göstərilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, texnoloji yeniliketmə formalarından biri **vençur biznesidir** ki, bu, risklə bağlı biznes kimidə başa düşülür. Biznesin bu xüsusi növü ilə vençur firmaları məşğul olurlar. Vençur firması kommersiya mahiyyətli elmi-texniki təşkilat olub, yeni və ən yeni texnologiyaların və məhsulların layihələndirilməsi və tətbiqi işini

həyata keçirir. **Lakin bu halda işinin nəticəsi qeyri-müəyyən olduğundan onun əsaslı vəsait qoyuluşu həmişə risklə bağlı olur**, vençur firmasında digərlərindən fərqləndirən məhz elə budur. Vençur firmasının döviyyəyə buraxdığı kapital isə vençur kapitalı adlanır.

3. Firmanın innovativ inkişafının mərhələləri

İnnovasiya prosesi, prinsip etibarilə, fasiləsiz bir prosesdir və elmi-tədqiqat işləri, istehsal və mənimsəmə mərhələlərini əhatə edir. İlk mərhələ innovasiya məhsulunun yaradılması haqqında ideyanın formalaşması ilə nəticələnən elmi axtarıyla başlayır və tətbiqi tədqiqatların aparılması ilə sona çatır. İkinci mərhələ layihələndirmə üçün texniki tapşırıqların hazırlanması və məmulatın seriyalı buraxılışını nəzərdə tutur. Üçüncü mərhələ isə məmulatın istismarının başlanğıcından onun layihə gücünün mənimsənilməsinə qədər olan dövrü əhatə edir.

Elmin istehsala inteqrasiyasında ən mürəkkəb həlqə elmin nailiyyətlərinin praktiki olaraq reallaşdırılmasıdır, başqa sözlə, nəzəriyyədən praktikaya, laboratoriyadan sexə keçiddir. Bu tsikldə uzunmüddətli və əməkəttumlu iş istehsalın hazırlığı mərhələsidir. O, yeni məhsulların yaradılmasını və buraxılan məhsul növlərinin təkmilləşdirilməsini, mütərəqqi texnologiyanın, istehsalın təşkilinin səmərəli metodlarının tətbiqini təmin edən qarşılıqlı əlaqəli kompleks tədbirləri əks etdirir. Bu prosesə konstruktor, texnoloji və təşkilati-iqtisadi hazırlıq daxildir. Birinci iki mərhələ – konstruktor və texnoloji hazırlıq – istehsalın texniki hazırlığını təşkil edir.

İstehsalın texniki hazırlığı müəssisənin öz maddi-texniki bazasını təkmilləşdirməsi, istehsalın, əməyin və idarəetmənin təşkilini yaxşılaşdırması üzrə fəaliyyətini əks etdirir. **İstehsalın texniki hazırlığı dedikdə, mövcud texnoloji proseslərin təkmilləşdirilməsi və lazımi hallarda yenisinin işlənilib hazırlanması, yeni məhsul növlərinin layihələşdirilməsi və bununla əlaqədar olaraq elmi-tədqiqat işlərinin aparılması, yeni texnoloji proseslərin müəyyənləşdirilməsi və bu kimi məsələlərlə bağlı olan kompleks tədbirlər sistemi nəzərdə tutulur.** Ona aşağıdakılar daxildir:

– hazırlanan məhsulun, texnika və texnologiyanın təkmilləşdirilməsi, tətbiq edilən materialların tərkibi, istehsalın təşkili ilə əlaqədar tətbiqi tədqiqatların aparılması;

- yeni məhsulun layihələndirilməsi və əvvəllər buraxılan məhsulun modernləşdirilməsi;
- məhsulun hazırlanma texnologiyasının işlənməsi;
- kənardan xüsusi avadanlıqların, alət və yarımfabrikatların alınması;
- istehsalın maddi-texniki təchizatı;
- kadrların hazırlanması, yenidən hazırlanması və ixtisaslarının artırılması;
- norma və normativlərin, idarəetmə aparatının texnoloji, texniki və təşkilati strukturunun və informasiya təminatının hazırlanması.

İstehsalın texniki hazırlığının əsas vəzifəsi daha mütərəqqi konstruksiyalı maşın və avadanlıq növlərinin və onların səmərəli istismarı üçün lazımı texnoloji proseslərin işlənilib hazırlanması yolu ilə istehsala tətbiqini təmin etməkdən, istehsalın ahəngdarlığını və rentabelliyini yüksəltməkdən, məhsulun hazırlanmasının əməktutumunu və maya dəyərini aşağı salmaqdan və s. ibarətdir.

İstehsalın konstruktor hazırlığı mərhələsi – bəzi hallarda – yeni məhsulun layihələndirilməsi mərhələsi də adlanır. Bu mərhələyə yeni yaradılacaq məhsulların və istehsal olunanların modernləşdirilməsinin layihələşdirilməsi, həmçinin müəssisənin restrukturizasiyasının layihələndirilməsi daxildir. Layihələndirmə prosesində məhsulun xarakteri, onun xarici görünüşü, fiziki-kimyəvi xassələri, texniki-iqtisadi və digər göstəriciləri müəyyən olunur. Konstruktor hazırlığının nəticəsi texniki sənədlərdə – çertyojlar, kimyəvi məhsulların resepti, materialların, bağlamaların və hissələrin spesifikasiyası, hazır məhsulların nümunələri və s. fomalarda öz əksini tapır.

Yeni məhsulun hazırlanması müəssisə və ya onun tapşırığı ilə layihə təşkilatı tərəfindən hazırlanan layihə (texniki) tapşırıqlarına əsaslanır. Layihə tapşırığında məhsulun adı, onun təyinatı, tətbiq sahəsi, istehsal və istismar prosesində texniki və iqtisadi göstəriciləri əks etdirilir. Layihə tapşırığı səviyyəsində yeni konstruksiyanın və ya məmulatın əvvəl buraxılanlardan prinsipial fərqləri, yeni məmulatın hazırlanmasının zəruriliyi, həm istehsalçı, həm də istehlakçı üçün yeni məhsulun səmərəliliyi texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmalıdır. Sonuncu innovasiyanın özünü təsdiqi üçün həlledici aktdır.

Sifarişçinin layihə tapşırığının təhlili və onun həllinin mümkün variantlarının müqayisəsi, hazırlanan və mövcud məmulatın konstruktiv və istismar xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq variantların müqayisəli qiymətləndirilməsi, həmçinin patent materialları əsasında texniki təklif – layihənin işlənməsi məqsədüyükunluğunun texniki və texniki-iqtisadi əsaslandırılmasını əks etdirən konstruktor sənədlərinin məcmusu hazırlanır.

Texniki təklif razılaşdırıldıqdan və təsdiq edildikdən sonra eskiz (ilk, qaralama, natamam) layihəsinin hazırlanması üçün əsas olur.

Eskiz layihəsi – məmulatın quruluşu və iş prinsipi haqqında ümumi anlayış verən prinsiplial konstruktiv həllərin, həmçinin hazırlanan məmulatın təyinatı, əsas texniki parametrləri və qabarit ölçülərinin, ümumiyyətlə, onun xarakteristikasının əks olduğu ilkin konstruktor sənədlərinin məcmusudur. Eskiz layihəsi həmişə bir neçə variantda hazırlanır və sonra bu variantlardan biri seçilir. Eskiz layihəsi, razılaşdırıldıqdan və təsdiq olunduqdan sonra texniki layihənin və ya işçi konstruktor sənədlərinin hazırlanması üçün əsas olur.

Texniki layihə – hazırlanan məmulatın quruluşu haqqında tam təsəvvür verən son texniki işləmələrin və işçi sənədlərin hazırlanması üçün əsas məlumatların əks olduğu konstruktor sənədlərinin məcmusudur. O, material və yarımfabrikatları seçməyə, məhsulun hazırlanmasının əsas prinsiplərini müəyyən etməyə və layihəni iqtisadi cəhətdən əsaslandırmağa imkan verir.

Texniki layihə razılaşdırılıb təsdiq edildikdən sonra işçi konstruktor sənədləşməsi üçün əsas olur. Əvvəllər hazırlanmış konstruktor sənədləri adətən, yeni məmulatın hazırlanması və ya istehsal olunan məmulatın modernləşdirilməsində istifadə edilir ki, bu da layihələndirmə müddətinin azalmasına səbəb olur.

İstehsalın konstruktor hazırlığının son mərhələsi texniki sənədlərin (çertyoj, təlimat və s.), texniki şərtlərin hazırlanmasıdır.

Texniki şərtlər onun aid olduğu məhsulun (məmulat, material, maddə) texniki sənədlər dəstəsinin ayrılmaz hissəsidir. Texniki şərtlərdə bilavasitə məhsula, onun hazırlanmasına, istehsalına nəzarətinə, qəbuluna və göndərilməsinə olan bütün tələblər öz əksini tapmalıdır.

Təcrübə partiyasının sınaqdan keçirilməsindən və hazırlanan məhsula son görünüş verdikdən sonra işçi layihə dəqiqləşdirilir və

tamamlanmış formada istehsalın texnoloji hazırlığı üçün təhvil verilir.

Texnoloji hazırlıq mərhələsi – yeni məhsulun hazırlanması ilə əlaqədar olan texnoloji proseslərin işlənilib hazırlanmasını, istehsala başlamaq üçün müvafiq maşın və avadanlıq növlərinin seçilməsini, yeni alət və tərtibatların yaradılmasını, məhsulun keyfiyyətinə nəzarət üsullarını, material və əmək məsrəfinin norma və normativlərinin müəyyənləşdirilməsini özündə birləşdirir. Bu mərhələdə layihələndirilmiş məhsulun hansı texniki üsul və vasitələrlə, istehsalın təşkili üsulları ilə istehsal olunması müəyyənləşir, onun maya dəyəri və istehsalının səmərəliliyi texniki-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılır.

İstehsalın texnoloji hazırlığı texnoloji proseslərin layihələndirilməsini əhatə edir. Bu mərhələyə aşağıdakılar aiddir:

- avadanlıqların seçilməsi və sex meydançalarında quraşdırılması;
- xüsusi texnoloji ləvazimatların müəyyənləşdirilməsi və layihələndirilməsi;
- əmək, material, yanacaq və enerji məsrəflərinin normalaşdırılması.

Texnoloji proses dedikdə, əvvəllər qeyd olunduğu kimi, ilkin xammal, material və yarımfabrikatların vəziyyət, əlamət, forma və qabaritlərinin dəyişdirilməsi yolu ilə məhsulların hazırlanması əməliyyatlarının məcmusu nəzərdə tutulur.

Texnoloji layihələndirmə marşrut texnologiyasının hazırlanmasından başlayır. Marşrut texnologiyasında müəssisədə əsas əməliyyatların yerinə yetirilməsi ardıcılığı və hər bir sexdə bu əməliyyatların hansı konkret qrup avadanlıqlarda yerinə yetirilməsi müəyyən edilir. Eyni zamanda alətlərin seçimi, vaxt normalarının hesablanması və işin kateqoriyasının müəyyən olunması həyata keçirilir, uyğun ixtisas səviyyəli işçilərin peşəsi göstərilir. Marşrut texnologiyasına uyğun olaraq emal edilən məhsul növləri hər bir sex və istehsal sahəsinə təhkim edilir və bu da öz növbəsində onların ixtisaslaşmasını, müəssisənin istehsal strukturunda yeri və rolunu şərtləndirir.

Sonra hər bir sex və istehsal sahəsi üzrə əməliyyat texnologiyası hazırlanır ki, onun da məzmununu əməliyyatlar üzrə texnoloji xəritələr təşkil edir. Bu xəritələrə hər bir istehsal əməliyyatının yerinə yetirilməsinə dair göstəriş və parametrlər daxil olunur.

Fərdi və məhdud seriyalı istehsallarda, həmçinin nisbətən sadə texnologiyası olan müəssisələrdə texnoloji proseslərin hazırlanmasında marşrut texnologiyası ilə kifayətlənilir. Kütləvi və iri seriyalı istehsallarda marşrut texnologiyasından sonra geniş və əhatəli şəkildə əməliyyatlar üzrə texnologiya hazırlanır.

Bu mərhələdə təklif edilən mümkün texnologiyalardan ən optimalı seçilir. Bunun üçün müxtəlif variantlar üzrə natural göstəricilər və məhsulun maya dəyəri müqayisə olunur.

Texnoloji prosesin ən yaxşı variantı yeni variantın hazırlanmasına qədərki müddət ərzində istehsalın mövcud şərtləri üçün nümunəvi variant kimi qəbul edilir. **Nümunəvi texnoloji proseslərin hazırlanması aşağıdakı mərhələləri əhatə edir: məmulatın emalının texnoloji marşrutunun müəyyən olunması; əməliyyatlar üzrə texnoloji prosesin seçilməsi; məmulat üçün onun ayrı-ayrı elementlərinin emalı üsullarının (yerinə yetirilən texnoloji əməliyyatlar) müəyyən olunması.**

Texnoloji hazırlıq həmçinin yeni (modernləşdirilmiş) məmulatların istehsalı üçün zəruri olan texnoloji avadanlıqların, texnoloji ləvazimatların hazırlanması layihələrinin işlənməsini də nəzərdə tutur. Bu çox əməkətumlu və bahalı işdir, çünki yeni modellərin mənimsənilməsi üçün xeyli sayda şamp, ləvazimat, tərtibat və habelə avtomatik xətlər hazırlanır.

Yeni məhsul növlərinin istehsalı, məmulatların və istehsal proseslərinin modernləşdirilməsi işlərinin həyata keçirilməsi maddi-texniki və təşkilati hazırlıq tələb edir. **Maddi-texniki və təşkilati hazırlıq mərhələsi – yeni məhsul növlərinin yaradılması ilə əlaqədar olan material-enerji ehtiyatlarının alınması, müəssisəyə gətirilməsi və kadr hazırlığı ilə əlaqədar olan işləri əhatə edir.** İstehsalın maddi – texniki hazırlığı yeni avadanlığın alınmasını, montaj edilməsini və sazlanmasını, alət və ləvazimatların, xammal və materialların gətirilməsini və istehlak üçün hazırlanmasını, yeni istehsalın maddi-texniki resurslarla təmin olunmasını nəzərdə tutur. Təşkilati hazırlığa isə istehsalın və əməyin təşkilinin təkmilləşdirilməsi, onların yeni məhsulun, yeni texnika və texnologiyanın hazırlanması şəraitinə uyğunlaşdırılması daxildir. Buraya, həmçinin, kadrların seçilməsi və onların istehsalın yeni xarakterinə uyğun ola-

raq yerləşdirilməsi, idarəetmə aparatının strukturunda, əməyin xətti və funksional bölgüsündə düzəlişlər edilməsi aiddir.

İstehsalın hazırlığının təşkili olduqca mürəkkəb bir prosesdir və ona görə də onun əvvəlcədən planlaşdırılması zərurəti yaranır.

İstehsalın texniki hazırlığının planlaşdırılmasının əsas vəzifəsi yeni, innovativ məhsulun layihələndirilməsi, hazırlanması və mənim-sənilməsinin ayrı-ayrı mərhələlərinin başlanğıc və son müddətlərini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. **İstehsalın texniki hazırlığını planlaşdırarkən aşağıdakı məlumatlardan istifadə edilir:**

- yeni məhsul növlərinin layihələndirilməsi, hazırlanması və mə-nimsənilməsi üzrə ayrı-ayrı istehlakçıların (müəssisənin) sifarişləri (tapşırıqları);

- plan ilində istehsalın texniki hazırlığı ilə əlaqədar olan işlərin əməktutumu və həcmi;

- innovativ məhsul növlərinin layihələndirilməsi və hazırlanma-sının ayrı-ayrı mərhələlərinin başlanma və son müddətləri haqqında razılaşmalar, yəni məhsulun hazır olma vaxtı üzrə saziş;

- yeni məhsul növlərinin hazırlanması üçün lazım olan əmək, material-enerji və maliyyə ehtiyatları üzrə mövcud norma və norma-tivlər;

- istehsalın texniki cəhətdən inkişaf perspektivləri;

- elmi-tədqiqat və layihə-konstruktor təşkilatlarının, yaxud fir-maların özlərinin konstruktor bürolarının, texniki və texnoloji şöbə-lərinin işləyib hazırladıqları tövsiyələr;

- firmanın mütəxəssisləri tərəfindən istehsalın təşkilinin təkmil-ləşdirilməsinə və səmərəliliyinin yüksəldilməsinə yönəldilmiş yeni texniki imkanlarının işlənilib hazırlanması üzrə səmərələşdirici təkliflər.

İstehsalın texniki hazırlığını yüksək səviyyədə həyata keçirmək məqsədilə firma və müəssisədə aşağıdakı beş bölmədən ibarət plan işlənilib hazırlanır:

1. Yeni məhsul növlərinin layihələndirilməsi, hazırlanması və mə-nimsənilməsi üzrə elmi-tədqiqat və layihə-konstruktor işləri bölməsi;

2. Yeni məhsul növlərinin tətbiqi və köhnələrin istehsaldan çıxarılması bölməsi;

3. İstehsalın mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması bölməsi;

4. Yeni hazırlanmış məhsulların sınaqdan və attestasiyadan keçirilməsi bölməsi;

5. Standartlar, texniki şərtlər və fabrik-zavod normativləri bölməsi.

Qeyd etmək lazımdır ki, istehsalın texniki hazırlığı və yeni məhsulun işlənilib hazırlanması mürəkkəb bir proses olduğundan ixtisaslı kadrların bu işə cəlb edilməsi əsas məsələdir. Bu, texniki hazırlığın 4-cü mərhələsi olan maddi-texniki və təşkilati hazırlıqda tamamilə öz əksini tapır ki, bu da texniki hazırlığın bitmiş mərhələsi, eyni zamanda digər üç mərhələnin yerinə yetirilməsi üçün əsas şərt kimi çıxış edir.

4. İnnovasiyanın iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

Mövcud texnikadan əhəmiyyətli şəkildə fərqlənən yeni texnikanın yaradılmasına istiqamətlənmiş tədqiqatlara kapital qoyuluşu böyük risklə bağlıdır. Firma (müəssisə) nə qədər vəsaitin və vaxtın lazımı olacağı, yeni texnikanın necə olacağı və əvvəlkinə nisbətən hansı nəticəni verəcəyi haqqında əvvəlcədən dəqiq məlumatlara malik olmur. Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin maliyyələşdirilməsi ilə əlaqədar risklər və əldə olunacaq nəticənin qeyri-müəyyənliyi firmanın (müəssisənin) özü üçün nəyin daha prioritet olduğunu əvvəlcədən müəyyənləşdirməyi zəruri edir: **böyük və riskli xərclər bahasına irəlidə getməyə cəhd etmək və ya öz rəqiblərinin texniki işləmələri ilə bir sırada olmaq.**

Qeyd etmək lazımdır ki, həmin seçim zamanı irəlidə gedən müəssisəyə nisbətən onu izləyən müəssisə bir çox hallarda üstün mövqedə olur. Bu, ilk növbədə, innovasiyanın (yeniliyin) qeyri-müəyyənliyinin aradan qalxması ilə əlaqədardır. Digər tərəfdən, elmi tədqiqatların nisbətən məhsuldar olduğu halda belə, əgər yeni məhsul bazarı çətin mənimsənilirsə və ya başqa firmalar tərəfindən yeni məhsul nümunəsinin imitasiyası asan baş verirsə yeniliklərə istiqamətlənmiş firmanın (müəssisənin) işi bu sahədə uğursuz ola bilər.

Məlumdur ki, firmaları (müəssisələri) innovasiya fəaliyyəti ilə məşğul olmağa sövq edən əsas amil rəqabətdir. Rəqabət firmaya (müəssisəyə) üç istiqamətdə təsir göstərir: təzyiq, stimullaşdırma və informasiya axını.

Təzyiq müəssisənin, innovasiya fəaliyyəti sahəsində tədbirləri həyata keçirmədiyi halda onun işində yaranacaq neqativ nəticələrə diqqətini çəkən ən güclü təsiredici vasitədir.

Stimullaşdırma innovasiya fəaliyyəti nəticəsində firmanın (müəssisənin) bazarda mövqeyinin yaxşılaşacağını, əks halda isə vəziyyətinin pisləşmədiyini ifadə edir. Əksər hallarda təzyiqin təsiri stimullaşdırmaya nisbətən güclü olur.

Rəqib firmalar (müəssisələr) yeni məhsulla bazara çıxdıqda özlərindən asılı olmayaraq informasiya axını baş verir ki, bu da yeniliklərin sahənin müəssisələri tərəfindən imitasiya olunmasına gətirib çıxarır.

Qeyd etmək lazımdır ki, elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin bütövlükdə iqtisadi səmərəliliyinin hesablanmasında bir sıra çətinliklər vardır. Bu, ilk növbədə, elmi tədqiqatlara aiddir. Elmin məhsulu öz iqtisadi mahiyyəti baxımından aralıq xarakterə malikdir, əsasən, informasiya formasında əks olunur. Tədqiqat və işləmələrin son nəticəsi onların köməyi ilə yaradılmış innovasiyanın bazar, başqa sözlə, istehlakçı tərəfindən qəbul edilməsindən sonra üzə çıxır. Bu hal elmi-tədqiqat istiqamətli fəaliyyətin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində əsas mürəkkəbliyin əsas səbəbi kimi çıxış edir.

Elmi-tədqiqat fəaliyyətinin ikili – idrak və təkrar istehsal xarakteri onun səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində də bir deyil, ikili yanaşma tələb edir. Birinci halda (idrak) nəticələrin qiymətləndirilməsi əsasən iqtisadiyyatdan kənar qalır, ölçüyə gəlmir və keyfiyyət xarakteri daşıyır. Buna baxmayaraq, bu qəbildən olan tədqiqatlara çəkilən xərclər bütövlükdə istehsal fəaliyyətinin zəruri şərti kimi çıxış edir. Həmin xərclər səhiyyəyə, təhsilə, elmi biliklərin ictimai fondunun və bu kimi "sosial nemətlərin" yaradılması məqsədilə çəkilən xərclərə aiddir.

Elmi-texniki tərəqqi firma (müəssisə) səviyyəsində innovasiya kimi reallaşır. Konkret yeniliyin (innovasiyanın) yaradılmasına yönəldilmiş tətbiqi tədqiqatlara və işləmələrə çəkilən xərclərin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, bu xərclərin investisiya təyinatlı kimi qəbul olunmasına əsaslandığından kapital qoyuluşlarının səmərəliliyinin müəyyən edilməsinin ənənəvi, standart metodlarının tətbiqinə imkan verir. **Beynəlxalq rəqabətin, elmi-texniki tərəqqi-**

nin məhsuldar qüvvələrin inkişafının (həm kəmiyyət və həm də keyfiyyətə) əsas amilinə çevrildiyi, elmi-texniki bəhsləşmənin subyektlərinin sayının artdığı müasir şəraitdə innovasiya sahibkarlarının bazarda mövcud olmaları obyektiv cəhətdən zərurətə çevrilir. Bu zaman mənfəət norması mövcud kapitaldan istifadənin səmərəliliyini əks etdirən qısamüddətli anlayış kimi çıxış edir. Eyni zamanda o, kəskin elmi-texniki rəqabətin təsiri altında gələcəkdə rentabellik səviyyəsinin özünəməxsus göstəricisinə çevrilir. Hazırda mənfəət normasının azalması struktur dəyişikliklərin aparılması, yeni texniki bazanın formalaşması üçün irimiqyaslı investisiyanın həyata keçirilməsi zəruriliyini əks etdirən indikator kimi çıxış edir. Bununla yanaşı innovasiya prosesinin fasiləsizliyi elmi-texniki tərəqqinin müasir mərhələsinin xarakterik cəhətlərindəndir. Müasir dövrdə elmi-texniki tərəqqinin nisbətən ləng getməsi irihəcmli itkilərə səbəb olur. Bazarda mövcud olmaq üçün firmalar (müəssisələr) fasiləsiz olaraq həm məhsul buraxılışının strukturunu, həm də istehsal texnologiyasını yaxşılaşdırmalıdırlar, əks halda onlar öz istehlakçılarını itirməklə iflasa uğraya bilərlər.

Firmanın (müəssisənin) elmi-texniki və təcrübə-konstruktor işlərinə çəkdiyi xərclər onun bu sahədə həyata keçirdiyi lokal əhəmiyyətli xərclərdir. Buna görə də firma (müəssisə) səviyyəsində elmi-texniki və təcrübə-konstruktor işlərinə yönəldilən kapital qoyuluşlarının iqtisadi səmərəliliyinin kəmiyyətə təhlili investisiyanın səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin standart metodları vasitəsilə həyata keçirilir. Bunlar arasında ən çox yayılanlar: investisiyaya düşən mənfəət, xərclər-nəticə, kapital qoyuluşlarının mənfəətlilik norması, alternativ investisiya qərarlarının müqayisəsidir.

İnvestisiyaya düşən mənfəətin qiymətləndirilməsi, xərc və nəticənin nisbəti və ya mənfəətlik kimi ənənəvi mikroiqtisadi metodik yanaşmalar müxtəlif vaxtlarda pul daxilolmaları ilə xərclərin diskontlaşdırılması prinsipinə əsaslanır.

Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinə yönəldilən investisiyaya düşən mənfəətin qiymətləndirilməsi metodunun tətbiqi prinsipə bu xərclərin dövriyyənin və ya gəlirlərin artmasında (gözlənilən və ya real) payını qiymətləndirməyə imkan verir. Çünki onlar tədqiqat və işləmələr hesabına alınmış mənfəətin payı haqqında real

təsəvvür yarada bilirlər. Təbiidir ki, bütün maliyyə göstəriciləri diskontlaşdırılmış şəkildə tətbiq edilir. Lakin praktikada elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərindən əldə olunan səmərə ilə, məsələn, marketing xərclərinin səmərəsini bir-birindən fərqləndirmək çətin-dir.

Qeyd etmək lazımdır ki, nəzərə alınan nəticə və xərclərdən asılı olaraq innovasiyanın tətbiqindən əldə olunan səmərənin aşağıdakı növləri fərqləndirilir (bax: cədvəl 13.1).

Cədvəl 13.1

Innovasiyadan istifadə hesabına alınan səmərənin növləri

Səmərənin növləri	Amillər, göstəricilər
1. İqtisadi	İnnovasiyanın reallaşması ilə şərtlənən nəticə və xərclərin bütün növlərini dəyər ifadəsində nəzərə alan göstəricilər
2. Elmi-texniki	Yenilik, sadəlik, faydalılıq, estetiklik, yığcamlıq
3.Maliyyə	Maliyyə nəticələrinin əks olunduğu göstəricilər
4. Resurs	İnnovasiyanın istehsalın həcminə və ya digər resurs növünün istehlakına təsirini əks etdirən göstəricilər
5. Sosial	İnnovasiyanın reallaşdırılmasının sosial nəticələrini nəzərə alan göstəricilər
6. Ekoloji	İnnovasiyanın ətraf mühitə təsirini nəzərə alan göstəricilər: Səs-küy, elektromaqnit sahə, işıqlanma (görünüş komfortu), vibrasiya.

Nəticə və xərclərin dövr müddətindən asılı olaraq hesabat dövrünün səmərəsi və illik səmərə göstəricilərini fərqləndirirlər.

Qəbul edilən dövr müddətinin uzunluğu aşağıdakı amillərdən asılıdır:

- innovasiya dövrünün uzunluğu;
- innovasiya obyektinin xidmət müddəti;
- ilkin informasiyanın gerçəklik dərəcəsi;
- investorların tələbləri.

Səmərəliliyin qiymətləndirilməsinin ümumi prinsipi səmərə (nəticə) və xərclərin müqayisəsidir. Nəticə ilə xərcin nisbəti həm natural, həm də dəyər ifadəsində müəyyən oluna bilər.

Göstərmək lazımdır ki, innovasiyanın iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün aşağıdakı göstəricilər sistemi tətbiq oluna bilər:

1. İntegral səmərə.

2. Rentabellik norması.
3. Rentabellik indeksi.
4. Ödənmə müddəti.

Bu göstəricilər haqqında "Firmanın istehsal – kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi" adlı fəsilə ətraflı məlumat veriləcəkdir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İnnovasiya nədir və onun hansı xarakterik xüsusiyyətləri vardır?
2. Elmi-texniki tərəqqi və innovasiya növləri haqqında məlumatınız varmı?
3. İnnovasiya prosesinin mərhələlərini izah edə bilərsinizmi?
4. İnnovasiyanın texniki və iqtisadi potensialını izah edə bilərsinizmi?
5. İnnovasiya fəaliyyətinin konstruktor, texnoloji və təşkilati-iqtisadi hazırlıq mərhələlərinin mahiyyətini izah edin
6. İnnovasiyanın iqtisadi səmərəliliyinin hesablanmasında hansı metodlardan istifadə edirlər?

Fəsil 14. Firma məhsulunun keyfiyyəti, standartlaşdırılması və sertifikatlaşdırılması

1. Məhsulun keyfiyyəti və onun göstəriciləri
2. Məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsi firmanın iqtisadi inkişaf yolu kimi
3. Məhsulun rəqabət qabiliyyəti
4. Firmada məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi
5. Məhsulun standartlaşdırılması və sertifikatlaşdırılması

1. Məhsulun keyfiyyəti və onun göstəriciləri

Məhsulun keyfiyyəti firmanın istehsal fəaliyyətinin əsas göstəricilərindən biridir. Məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi firmanın bazar şəraitində fəalliyət qabiliyyətini, texniki tərəqqinin tempini, innovasiyanın tətbiqini, istehsalın səmərəliliyinin artırılmasını, istifadə edilən bütün növ resurslara qənaəti müəyyən edir.

Məhsulun keyfiyyəti həm ictimai və həm də cəmiyyət üzvlərinin şəxsi tələblərini ödəyə bilməlidir. Bundan əlavə, əgər məhsulun həcmi kəmiyyətcə artırılırsa iqtisadi inkişafın ekstensiv, əgər məhsulun keyfiyyəti yüksəldilirsə bu isə iqtisadi inkişafın intensiv yoludur. Lakin bunların ikisi birlikdə ölkənin milli sərvətinin çoxaldılması mənbələridirlər.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində firmanın bazarda qalması, onun rəqabətə davam gətirə bilməsi iki amilin necəliyindən asılıdır. Bunlardan biri məhsulun keyfiyyəti digəri isə qiymətidir.

Bazarla məhsulun keyfiyyəti arasında mürəkkəb olmayan bir asılılıq mövcuddur: «bazar» və «keyfiyyətsiz məhsul» anlayışları biri-birini inkar edən, biri-birinə «uyuşmayan» anlayışlardırlar, onlar əkslik mövqeyində dayanırlar.

Məhsulun keyfiyyətli istehsalı onun istehlakçılarının həmin məhsul qarşısında qoyduqları tələblərə müvafiq olaraq istehsal-

çının səriştəliliyindən, onun istehsal aparatının mükəmməllik səviyyəsindən, xüsusilə, istehlak etdiyi xammal və materialın özünün keyfiyyətindən asılı olur. Lakin bütün hallarda prioritet mövqə istehlakçıya məxsus olur, onun istehsalçı ilə bağladığı kontraktı irəli sürdüyü şərtlər həlledici rol oynayır. Təsadüfi deyildir ki, Keyfiyyətə Nəzarət üzrə Avropa Təşkilatı keyfiyyəti "məhsulun istehlakçının tələblərinə uyğunluq dərəcəsi kimi" müəyyən etmişdir.

Məhsulun keyfiyyətini müəyyən edən "uyğunluq dərəcəsi", məhsulun layihə-konstruktor keyfiyyətinin həmin məhsulun hazırlanma və deməli, faktiki keyfiyyətinə uyğunluğudur. İqtisadi ədəbiyyatda hətta bunu «uyğunluq keyfiyyəti» də adlandırırlar. Doğrudan da, sənaye məhsulunun keyfiyyəti layihə-konstruktor işləmələrində, elmi-texniki ideya kimi nə qədər mükəmməl və cazibədar olsa da, məhsulun real keyfiyyəti yalnız onun istehsalı prosesində yarana bilər. Ən yaxşı halda məhsulun hazırlanma keyfiyyəti onun layihə-konstruktor sənədlərində göstərilmiş keyfiyyəti ilə üst-üstə düşər, "uyğunluq" təmin oluna bilər, lakin onu keçə bilməz. "Uyğunluq keyfiyyəti" dəqiqlik əlamətidir, məhsulun keyfiyyətinin texniki sənədlərdə müəyyən edilmiş tələblərə müvafiq olması göstəricisidir.

Məhsulun keyfiyyəti – onun öz təyinatına müvafiq müəyyən tələbatı ödəməyə yararlı olmasını şərtləndirən, daşıyıcısı olduğu, özünə-məxsus xassələrin məcmusudur.

Məhsulun keyfiyyətini formalaşdıran xassələr əmək vasitələri, əmək cisimləri və istehlak şeyləri üçün çox çalarlı olsalar da, onlar aşağıdakı göstəricilər vasitəsilə ümumiləşdirilərək təsnifləşdirilir.

1. Məhsulun təyinatı göstəriciləri. Bu göstəricilər istehsal-texniki təyinatlı məhsulun tətbiqi sahəsinin düzgün seçilməsi şərti ilə onların istismarı zamanı gətirdiyi fayda ilə xarakterizə olunur. Yəni bu göstərici maşın, mühərrik və s.-nin düzgün təyinatı əsasında onun məhsuldarlığının realizə olunmasını göstərir. Məsələn, elektrik daldırma nasoslarının malik olduqları potensial məhsuldarlığın gerçəkləşməsi onun təyinat (tətbiq) dairəsinin düzgün müəyyən edilməsindən asılıdır. Belə ki, quyunun (neft, artezian) saatlıq debeti nasosun saatlıq məhsuldarlığından azdırsa, həmin nasosun tətbiqi nəinki lüzumsuzdur, hətta ziyanlıdır – layı dağıdıb, quyunu uçura bilər. Məh-

sula elə tətbiq sahəsi tapılmalıdır ki, o elə təyinat almalıdır ki, onun texniki imkanları ilə ona qarşı qoyulan texniki tələblər tarazlaşa bilsin.

2. Etibarlılıq göstəriciləri. Etibarlılıq – məmulatın xidmət müddəti ərzində istismar qabiliyyətini saxlamaq şərti ilə onun üçün müəyyən edilmiş funksiyaları icra edə bilmək xassəsidir. Əsasən, maşın və avadanlıqlara xas olan etibarlılıq göstəricilərinə fasiləyə yol vermədən, dayanmadan (müntəzəm) işləyə bilmək, uzunömürlülük və təmirə yararlılıq xassələri aiddirlər.

Maşın və avadanlığın dayanmadan, müntəzəm olaraq işləyə bilmək qabiliyyəti onun keyfiyyətini xarakterizə edən mühüm xüsusiyyətdir. Lakin, bütünlükdə bəzi maşınlar və ya onların bu və ya digər hissəsi üçün dayanmadan işləyə bilmək qabiliyyəti yeganə keyfiyyət meyarı kimi çıxış edir. Məsələn, təyyarənin uçuş zamanı etibarlılıq göstəricisi yalnız onun mühərriklərinin dayanmadan işləyə bilmək qabiliyyətindən, avtomobilin müvafiq keyfiyyət göstəricisi isə idarəetmə (sükan) və tormoz (saxlanc) sisteminin etibarlı işləyə bilməsindən asılıdır. Etibarlılıq mürəkkəb texniki sistemə əsaslanan maşın və mexanizmlər üçün atributiv, həlledici xassə olduğundan, onu bəzən keyfiyyətin sinonimi kimi də qəbul edirlər.

Maşın və avadanlıqların etibarlılıq kimi keyfiyyət göstəricisini formalaşdıran, təmin edən başqa bir xassə də onların təmirə yararlılığıdır. Etibarlılıq göstəricisinin maşının müntəzəm işləyə bilmək xassəsi ilə onun təmirə yararlılıq xassəsi arasında əlaqə və əks əlaqə mövcuddur. Əgər maşının müntəzəm işləmək qabiliyyəti daha çox etibarlıdırsa, onda onun təmirə yararlılıq xassəsi maşının keyfiyyəti üçün o qədər də aktual olmur. Əksinə, maşın müntəzəm işləyə bilmək baxımından "etibarsızdırsa", – belə olan halda – təmirə yararlılıq xassəsinə diqqət güclənir. Maşının təmirə yararlı olması ona göstərilən texniki xidmətin orta dəyəri ilə səciyyələnir. Təmirə yararlılığın digər mühüm bir göstəricisi isə təmirin asanlıqla icra oluna bilməsidir ki, bu da layihə-konstruktor işləmələrinin mükəmməlliyindən, konstruksiyanın sadəliyindən asılı olur.

Etibarlılıq göstəricilərindən biri də maşın və avadanlığın uzunömürlülüğü, xidmət müddətinin davamlı (sürəkli) olmasıdır. Maşın və avadanlığın uzunömürlülüğü – texniki xidmət üçün zəruri fasilələrlə bərabər – ömrünün son həddinə qədər özünün iş qabiliyyətini saxlaya bilmək xassəsidir.

Maşının birinci əsaslı təmirə dayandırılanadək xidmət müddəti, ləğv edilənədək xidmət müddəti və s. uzunömürlülüüyün texniki göstəriciləridir. Uzunömürlülüüyün iqtisadi göstəricisi isə onun iş qabiliyyətinin saxlanması ilə əlaqədar olan xərclərin həcmi ilə xarakterizə olunur.

Nəhayət, etibarlılıq göstəricilərindən biri də məmulatın qorunub saxlanması, mühafizə olunmasının asan və ya çətinliyi xassəsidir. Bu xassənin məmulatın keyfiyyətinin formalaşmasındakı rolu, onun (məmulatın) nəql edilməsi və bir də anbarlarda qorunub saxlanması proseslərində özünü daha çox büruzə verir. Məmulatın mühafizə olunma bilmək qabiliyyəti əsasən ərzaq məhsullarına aid olsa da, bir çox istehsal-texniki təyinatlı məhsullar üçün də bu çox ciddi xassədir. Məsələn, yanacaq əsasında işləyən elektrik stansiyasının məhsulları olan buxar, isti su və elektrik enerjisinin qorunub saxlanması və nəql edilməsi ciddi surətdə fərqlənirlər. Eyni bir müəssisənin istehsalı olan hər üç məhsul öz xassələrini vaxt etibarilə eyni cür saxlaya bilmirlər; buxar isti suya çevrilir, isti su isə soyuyur. Lakin elektrik enerjisi xeyli uzaqlara nəql olunur və öz xassələrini saxlaya bilər.

3. Texnolojilik göstəriciləri. Bu qəbildən olan keyfiyyət göstəriciləri konkret olaraq hər hansı bir maşının istehsalı və təmirində konstruktor-texnoloji işləmələrin səmərəliliyini xarakterizə edir.

Maşının konstruksiyası, hazırlanma texnologiyası, istismar şəraiti və təmirəyararlılığı həmin maşının texnolojiliyi adlanır. Texnolojilik göstəricilərinə, habelə maşının yığılmasının mürəkkəbliyi, material-əmək və fondtutumluğu göstəriciləri də aid edilir. Konstruktor işləmələrinin mükəmməlliyi, hazırlanma üzrə əmək məhsuldarlığını yüksəldir, maddi məsrəflərə qənaəti təmin edir və s. Konstruksiyası mütərəqqi, lakin sadə olan maşın və avadanlıq daha mükəmməl sayılır; konstruksiyasının sadəliyi konstruktorun intellektual səviyyə ölçüsü kimi qəbul olunur.

Məmulatın texnolojilik göstəriciləri zəruri səviyyədə olduğu şəraitdə – ixtisaslaşdırılmış avadanlıqlar tətbiq etməklə – onun kütləvi istehsalını təmin etmək asan və sərfəli olur.

4. Standartlaşdırma və eyniləşdirmə (unifikasiya) göstəriciləri. Texnolojilik xassəsi ilə sıx əlaqəsi olan standartlaşdırma və eyniləşdirmə maşın, avadanlıq və digər mürəkkəb texniki sistemə malik məmu-

latların konstruktiv mükəmməlliyi üçün həyata keçirilən tədbirlərdir. Standartlaşdırma və eyniləşdirmə vasitəsilə məmulat hissələrindən standartların, eyniləşdirilmişlərin və orijinalların say nisbətərini müəyyən etmək mümkün olur; standart və eyniləşdirilmiş hissələrin say çoxluğu həmin məmulatın özünün və ona ehtiyat hissələrinin istehsalı səmərəliliyini yüksəldir; istehsalın ictimai təşkili formaları olan ixtisaslaşdırma və kooperativləşdirməyə keçməyin texnoloji və texniki-təşkilati əsasları yaranır. Əgər hissələrin say tərkibində orijinal olanlar çoxluq təşkil edirlərsə, onda bu, həmin məhsulun həm istehsalçısını və həm də istehlakçısını texniki çətinliklərlə üzləşdirə bilər.

5. Erqonomik göstəricilər. Bu qəbildən olan keyfiyyət göstəriciləri «insan-maşın-mühit» sistemini xarakterizə edir. Onlar məmulatın istismarı və ya ondan istifadə prosesində «insan amilinin» bir sıra gigiyenik, psixoloji, fizioloji, antropoloji xüsusiyyətlərini nəzərə ala bilən göstəricilərdir.

«İnsan-maşın-mühit» sisteminin tərkib hissələrindən biri olan əmək məhsulunun istismarı prosesində o (maşın, texnika) özünün yaradıcısına rahat, təhlükəsiz bir şərait təmin edə bilməlidir: səs, işıq, temperatura, silkələnmə, rütubət, şüalanma və s. üzrə mövcud olan normalar insanın fizioloji və psixoloji imkanlarını keçməməlidir; maşın və avadanlığın istismarı onun yaradıcısı olan insan üçün asan olmalıdır, gərgin olmamalıdır, lüzumsuz, artıq hərəkətləri zərurətə çevirməməlidir.

Erqonomik keyfiyyət göstəriciləri "insan amili" ilə bilavasitə əlaqədar olduqlarından onları keyfiyyətin "sosial mənşəli" xassələri də hesab etmək olar.

6. Məmulatın estetik göstəriciləri. Bu göstəricilər məmulatın orijinallığı, təmliyi, mühitə və üsluba uyğunluğu, özünü ifadəliyi, forma səlistliyi, görünüş və «gözoşamağı» kimi xassələri özündə birləşdirir. Estetik göstəricilər məmulatın əsas xassəsinə münasib olmalı, formanın məzmununa uyğunluğu təmin edilməlidir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində məmulatın rəqabət qabiliyyətinin və reklam işinin müvəffəqiyyətlə aparılmasında onun (məmulatın) estetik xassələri mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

7. Məmulatın nəql onun qabiliyyəti. Bu qisim keyfiyyət göstəricisi məmulatın bazara çıxarılması, sonda öz istehlakçısını tapması işinin asan və səmərəli icrasında mühüm xassə hesab edilir. Məmula-

tın nəqliyyat növlərinə uyğunlaşma qabiliyyəti, başqa sözlə, onun yüksəlməsi və boşaldılmasının asanlıığı, konteynerə yerləşdirilməsi və taralara qablaşdırılmasının mümkünlüyü və s. onun nəql olunmağa münasibliyini müəyyən edir.

8. Patent-hüquq göstəriciləri. Məmulatın bu qəbildən olan keyfiyyət xassələrinə bazar iqtisadi sistemində işləyən ölkələrdə xüsusi əhəmiyyət verilir. Çünki patentləşdirilmiş, patent almağa layiq bilinmiş məmulatın rəqabətqabiliyyəti daha yüksək, «patent paklığı» isə təmin edilmiş olur. Aparılan əmtəə siyasətinin hüquqi nizamlanmasında məmulatın patent müdafiəsinin və onun istehsalına «inhisarın» müddətləri və s. göstərilir.

Patentə layiq bilinmiş məmulat öz «sələflərindən» yeni texniki işləmələrin daşıyıcısı kimi fərqlənməlidir, onun nümunəsi həm istehsalçı ölkədə və həm də ixrac olunacaq ölkələrdə qeydiyyatdan keçməlidir.

9. Ekoloji göstəricilər. Bu göstəricilər hər hansı bir məmulatın istehsalı, istifadəsi və ya istismarı prosesində ətraf mühitə ziyanlı təsirini xarakterizə edir. Məmulatın istehsalı zamanı ətraf mühitə ziyanlı təsirinin gücü onun keyfiyyətini formalaşdıran digər xassələrin əhəmiyyətini neytrallaşdırır, daha doğrusu, ciddi şəkildə azalda bilər. Bu baxımdan neft-kimya sənayesinin istehsal etdiyi məhsulların bəziləri müstəsnaıq təşkil edir. Belə ki, onların həm istehsalı və həm də istehlakı zamanı yaranan tullantılar ətraf mühiti çirkləndirir, canlılar üçün müəyyən fəsadlar yaradır. Məmulatın ekoloji göstəricilərinin yaxşılaşdırılması, onun özünün və istehsalı üçün lazım olacaq texnoloji üsulun layihələndirilməsi mərhələsindən başlanmalıdır. Hələ lahiyələndirmə mərhələsində yaradılacaq texnika və texnologiyanın ekoloji baxımdan neytrallığına, təmizliyinə, başqa sözlə onların uyğun olaraq ekotexnika və ekotexnologiya mahiyyətinə nail olunmalıdır.

Məmulat istehsalının iqtisadi və ekoloji nəticələri məhz həmin mərhələdə eyni vaxtda və eyni ciddiliklə qiymətləndirilməlidir.

10. Məmulatın təhlükəsizlik göstəriciləri. Məmulatın keyfiyyət xassələrindən biri olan onun təhlükəsizliyi, öz-özlüyündə aydındır ki, istehlak prosesinə və ya istehlakçıya aid olan məsələdir. Əgər bu və ya digər texnikanın qorunub saxlanması, nəql edilməsi, quraşdırılma-

sı, istismarı və təmiri həmin işlərin icraçıları üçün təhlükəsizdirsə, beləsi keyfiyyətli texnika hesab olunur. Sadalanan işlərdən xüsusi diqqət tələb edən texnikanın istismarı prosesidir, çünki eyni bir texnika üçün digər işlər təkrar olunmayandırsa – yalnız bir dəfə icra edilsə – onun istismarı uzun dövrü əhatə edir, hər dəfə təkrarlanır. Əgər texnikanın istismarı təhlükəsizlik texnikasına ehtiyac yaratmırsa, belə texnika insan üçün təhlükəsiz texnika hesab olunur.

Göstərmək lazımdır ki, yuxarıda sadalanan xassələrin bəzən bir qisminin və bəzən isə xeylisinin məcmusu əmək vasitəsi, əmək predmeti və istehlak şeylərinin keyfiyyətlərini formalaşdırır. Öz-özlüyündə aydındır ki, eyni bir xassə istehlak dəyəri müxtəlif olan əmək vasitəsi, əmək predmeti və istehlak şeyləri üçün keyfiyyət meyarı kimi çıxış edə bilməz.

Məmulatın keyfiyyəti, onun təbii-texniki xassələri həmişə, bütün hallarda, birbaşa və dolayısı ilə iqtisadi kateqoriya və göstəricilərlə əlaqədar olur. Məmulatın dəyəri onun yaradılması (layihələndirilməsi və istehsalı) və istismarı ilə yanaşı, həm də yüksək səviyyəli keyfiyyətini, təbii-texniki parametrlərini təmin etmək üçün çəkilən xərclərdən ibarət olur. Keyfiyyətin yüksəldilməsi ilə əlaqədar xərcin səmərəliliyi məmulatın istismarı prosesində özünü büruzə verir. Lakin, mürəkkəb texniki sistemə malik məmulatın keyfiyyətinin yüksəldilməsilə əlaqədar xərclər onun istismarı prosesində verdiyi səmərə ilə dəqiq əlaqələndirilməli, müqayisə olunmalıdır. Əks halda mürəkkəb texniki sistemə malik məmulatın keyfiyyətinin yüksəldilməsinə çəkilən xərclər özünü doğrultmaya da bilər.

2. Məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsi firmanın iqtisadi inkişaf yolu kimi

Elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsilə sənayenin geniş nomenklaturalı istehsalə çevrilməsi və burada istehsal olunan məhsulların tətbiq sahələrinin durmadan artması keyfiyyət kateqoriyasına – strateji baxımdan – yeni mövqedən, həm də ciddi yanaşılmasını tələb edir. Çünki insanın istər əmək prosesində, istərsə də öz məişətində istifadə etdiyi sənaye məhsulları bəzən keyfiyyətsiz istehsal edildiklərindən ciddi neqativ sosial nəticələrə gətirib çıxarır. Başqa sözlə, insanın öz ehtiyacını ödəmək və ya sosial rifahını yüksəltmək üçün işləyib hazırladığı və is-

tehsal etdiyi məhsul qeyri-mükəmməl, nöqsanlı olduqda onun həyatına qənim də kəsilə bilər: **keyfiyyətsiz ərzaq məhsullarının, dərman preparatlarının istehsalı və istehlakı, hətta ölümlə nəticələnə bilən kütləvi xəstəliklərin törənməsinə səbəb olur; elektrik stansiyasında istifadə edilən bölgü sipəri (şiti) öz nasazlığının ucbatından bütün bir rayonun təsərrüfatını və məişətini iflic vəziyyətinə sala bilər; qaz aparatu və ya avadanlığındakı texniki qüsurlar qaz partlayışı və insanların tələfatı ilə nəticələnər və s.**

Öz-özlüyündə aydındır ki, təbii və texniki cəhətdən mükəmməl olmayan avadanlıq, aparat və digər məhsulların istehsalı və istifadəsi insan həyatı üçün təhlükəlidirsə, onların istehsalından imtina edilməli, qüsurların ləğvi üçün tədbirlər görülməlidir. İnsanların sağlamlığına ziyan gətirmək ehtimalı olan məhsulun istehsalına yalnız bir halda – riskin dərəcəsi minimum həddə olduğuna əminlikdən sonra başlanıla bilər.

Məhsulun keyfiyyəti ilə əlaqədar bir sosial problem də istehsalçının iş yerində rahatlığını təmin etməkdir. Başqa sözlə, həmin problemi məhsulun erqonomik göstəriciləri müəyyən edir və bu haqda yuxarıda müəyyən məlumatlar verilmişdir.

Nəhayət, məhsulun keyfiyyəti və onun idarə edilməsinin iqtisadi nəticələri hər bir ölkə üçün tələyüklü problemlərdən biridir.

Məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinin iqtisadi nəticələri, hər şeydən əvvəl, onun etibarlılığının artırılması və xidmət müddətinin uzadılması ilə əlaqədardır. Bu isə – istismar xərclərini azaltmaqdan əlavə, həm də həmin məhsulların sayının kəmiyyət-cə nisbi mənada artırılması deməkdir. Məsələn, əgər mühərrikin təmirə dayandırılmadan istismar müddəti 2,5 min saatdan 5 min saata qədər artırılırsa, bu həmin mühərrikin dolayısı yolla kəmiyyət-cə 2 dəfə artırılmasına bərabər hesab edilir. Bir sözlə, məhsulun keyfiyyətinin etibarlılıq xassəsi hesabına yaxşılaşdırılması, əksər hallarda, onun kəmiyyət-cə artırılmasına bərabər sayıla bilər. Çünki məhsulun etibarlılıq xassəsinin yaxşılaşdırılması ilə əlaqədar olan əlavə xərclər məhsulun ekvivalent kəmiyyətdə artırılması üçün zəruri olan xərclərlə müqayisədə çox cüzi olur.

Məhsul keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasının iqtisadi inkişaf üçün aşağıdakı potensial ehtiyat mənbələri və istiqamətləri mövcuddur:

a) maşın və mexanizmlər, uzun müddət istismar olunan məişət texnikasının keyfiyyətsiz istehsalı onlar üçün layihələndirilmiş xidmət müddətini başa vurmadan sıradan çıxır. Bunların istehsalına əmək, material, enerji sərfinin bir qismi cəmiyyət üçün itkiyə çevrilir;

b) vaxtından əvvəl texniki parametrlərini qismən itirən (defektli əlaqədar), nasaz vəziyyətə düşən maşın və mexanizmlərin təmiri əlavə xərclər tələb edir;

c) istismar göstəriciləri aşağı keyfiyyətdə olan texnika ilə faydalı qazıntıların hasilatı böyük itkilərə, xərcin iqtisadi səmərəliliyinin azalmasına səbəb olur;

d) kənd təsərrüfatının intensivləşdirilməsi məqsədilə istehsal olunmuş sənaye məhsullarının (texnika, gübrə və s.) keyfiyyətə lazımi səviyyədə olmaması həmin sahənin və onunla əlaqədar olan sənaye sahələrinin (yüngül, yeyinti) iqtisadiyyatına ciddi ziyan vurur;

e) ergonomik xassələri tələblərə cavab verməyən texnika, fəhlənin əmək məhsuldarlığını aşağı salır, onun istehsal nəticələrini azaldır;

f) keyfiyyəti yüksək olmayan məişət texnikası əhalinin onu təmir etməklə əlaqədar lüzumsuz xərc çəkməsinə səbəb olur və onların asudə vaxtlarından istifadəni pisləşdirir;

g) istehsal infrastrukturunu üçün istehsal olunmuş texniki cəhətdən qüsurlu sənaye məhsulu əks təsir kimi istehsalın iqtisadi göstəricilərini pisləşdirir və s.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində firma və müəssisələrin iş nəticələrini xarakterizə edən və biri-birilə qarşılıqlı əlaqədə olan istehsalın texniki səviyyəsi və məhsulun keyfiyyəti göstəricilərinin qiymətləndirmə kursu daha da yüksələcəkdir.

İstehsal vasitələri üzərində mülkiyyət formasından asılı olmayaraq istehsalın texniki səviyyəsi elmi-texniki tərəqqinin daşıyıcısı olduğundan – elmi-texniki tərəqqinin meyarı kimi çıxış etdiyindən – onun yüksəldilməsi bütün iqtisadi göstəriciləri, xüsusilə məhsulun keyfiyyəti göstəricisini yaxşılaşdırır. Məhsulun keyfiyyəti göstəricisinin istehsalın texniki səviyyəsindən birbaşa asılılığı o deməkdir ki, texnoloji avadanlığın mükəmməllik və kadrların ixtisas dərəcələri yüksək, istehlak olunan materialın təbii-texniki xassələri onun üçün müəyyən edilmiş reqlamentə uyğun olmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində maşın və avadanlıqların – xüsusilə istehlakı (istismarı) əlavə xərclərlə əlaqədar olduqlarından – seçilməsində də iqtisadi səmərəlilik məsələsinə xüsusi diqqət yetirilir. Çünki maşın və avadanlığın (və digər məmulatların) istehlakı ilə əlaqədar olan xərclərin özü də, başqa göstəricilər kimi, onun xassəsidir: onu istehsal edən firmalar arasındakı rəqabət mübarizəsində satın alınmış maşın və avadanlığın istismarı ilə əlaqədar olan xərclərin səviyyəsi müstəsna amil kimi çıxış edir.

Məmulatlar estetik baxımdan nə qədər yaraşığı və göz oxşayan, etibarlı, komfortabelli olsalar da, onların qarşısında qoyulan tələblərə nə qədər layiqincə cavab versələr də, onların qiyməti həm istehsalçı və həm də istehlakçı üçün çox vacib bir amil olaraq qalır. Çünki tərəflərdən hər ikisinin son məqsədi gəlir əldə etməkdir. Məhz buna görə də həm istehsalçı və həm də istehlakçı üçün keyfiyyətlə xərcin nisbəti – iqtisadi cəhətdən optimal keyfiyyət – maddi maraq doğuran əhəmiyyətli bir göstəricidir.

Həmin göstəricilərin hesablanması çətinliyi məmulatın keyfiyyətinin kəmiyyətə qiymətləndirilməsidir. Keyfiyyətin kəmiyyətə qiymətləndirilməsi mümkün olmadıqda, təbiidir ki, məmulatın istehsalı ilə əlaqədar olan xərcin keyfiyyət səmərəliliyini hesablamaq da mümkün olmur. Bu məsələnin öyrənilməsi üçün xüsusi elm sahəsi – kvalimetriya elmi yaranmışdır. Onun təlim və metodları vasitəsilə çəkilən xərc vahidinin gətirdiyi keyfiyyət artımını, daha doğrusu, keyfiyyətin kəmiyyətə qiymətini öyrənmək olur.

3. Məhsulun rəqabət qabiliyyəti

Bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadi sistemdə istehsalçı və istehlakçıların maraqlarını təmin edən, təklif olunan məhsulun bazarın şərtlərinə tam cavab verə bilən məhsulun xassələrinin istehlakçıların tələblərinə uyğunluğu onun rəqabətqabiliyyəti adlanır. Yəni məhsul texniki, estetik, erqonomik və digər xassələrin məcmusuna malik olmaqla yanaşı, həm də onun reallaşdırma şərtlərinə (qiymət, göndərilmə müddəti, servis xidməti, firmanın nüfuzu, reklam və s.) cavab verməlidir. **Məhsulun rəqabətqabiliyyəti bazarın xüsusi şərtlərini təmin etməyə imkan verən istehlak (kəmiyyət və keyfiyyət) xassələrinin məcmusu ilə müəyyən olunur.** Rəqabətqabiliyyətli məhsul da-

ha ucuz satış kanalları vasitəsilə asan və tez satılır. Faktiki olaraq məhsul ictimai tələbi ödəmək səviyyəsinə uyğunluq yoxlamasından keçirilir. Bu tələbatları müəyyən qrup istehlakçıların zövq və istəkləri (bazarın seçilməsi) diktə edir və elə buna görə də «rəqabətqabiliyyəti» anlayışı həmişə konkret xarakter daşıyır. Məhsulun kommersiya cəhətdən sərfəli satışı konkret bazarda müəyyən rəqabət şəraitində mümkündür.

Hər bir istehlakçı özünün şəxsi tələbatlarını maksimal ödəyən məhsulları əldə edir. Bütövlükdə, istehlakçılar digər məhsullarla müqayisədə ictimai tələbata daha çox uyğun olan məhsulu alır. Buna görə də məhsulun alışı təminatmə dərəcəsi ayrı-ayrı alıcıların rəylərinin məcmusundan formalaşır və məhsulun həyat tsiklinin istənilən mərhələsində müəyyən olunur. Bu müddətdə istehlakçı uğrunda kəskin rəqabət gedir. Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi onun (məhsulun) alıcını təmin etməsi səviyyəsindən asılıdır.

Məhsulun rəqabətqabiliyyəti alıcıların müəyyən qrupu üçün maraq kəsb edən və onların müəyyən tələbatlarının ödənilməsini təmin edən xassələrin məcmusu ilə müəyyən olunur (keyfiyyətdən fərqli olaraq). Bu zaman məhsulun digər xassə və xüsusiyyətləri nəzərə alınmır. Əgər məhsulun nəzərdə tutulduğu istehlakçılar qrupu üçün tələb olmayan xassələri hesabına onun qiyməti artarsa, onda bu cür daha yüksək keyfiyyətli məhsul nisbətən aşağı rəqabətqabiliyyətinə malik olar. Bundan başqa, eyni məhsul daxili bazarda rəqabət qabiliyyətli, xarici bazarda rəqabətə davamsız və əksinə ola bilər.

Məhsulun rəqabət qabiliyyətinin yüksək olmasını şərtləndirən bir amildə onun qiymətidir. Keyfiyyətlə qiymətin müqayisəsində istehlakçı üstünlüyü, bir çox hallarda keyfiyyətə verir; keyfiyyət istifadəsi uzunmüddətli olan məhsullarda istismar və təmir xərclərini azaldır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, bir çox məşhur firmaların («Adidas», «Toyota» və s.) uğurları məhsulların ucuz istehsalı ilə deyil, keyfiyyətli istehsalı ilə əlaqədardır.

Beləliklə, məhsulun keyfiyyəti dəyişmədiyi halda belə, onun rəqabətqabiliyyəti bazar konyunkturasi, reklamın təsiri və məhsula münasibətdə xarici və daxili amillərin yaranması hesabına geniş hədlərdə dəyişə bilər.

Məhsulun rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi onun parametrlərinin müqayisə bazasının parametrləri ilə tutuşdurulması yolu

ilə həyata keçirilir. Müqayisə bazası kimi ya alıcının tələbatları, ya da məhsul nümunəsi götürülür. Məhsul nümunəsi, adətən maksimal satış həcminə və gələcəkdə ən yaxşı satış perspektivinə malik olan məhsul götürülür. Əgər müqayisə bazası tələbat götürülürsə, onda rəqabət qabiliyyətinin bir göstəricisi aşağıdakı kimi hesablanır:

$$g_i = \frac{P_i}{P_{in}} \times 100$$

Burada, g_i – məhsulun rəqabət qabiliyyətinin i -ci parametri üzrə fərdi parametr göstəricisi;

P_i – rəqabət qabiliyyəti qiymətləndirilən məhsulun i -ci parametrinin ölçüsü;

P_{in} – tələbatın tam ödəndiyi i -ci parametrin ölçüsü;

n – təhlil olunan parametrlərin sayı.

Əgər müqayisə bazası kimi, məhsul nümunəsi götürülürsə, onda kəsrin məxrəcində nümunə kimi götürülmüş məmulat üçün i -ci parametrin ölçüsü qoyulur.

Bəzən məhsulun keyfiyyət parametrlərini fiziki ölçü ilə ifadə etmək mümkün olmur. Bu halda balla qiymətləndirmə metodundan istifadə edilir. Bu diferensial metod rəqabətqabiliyyətinin təmin olunması üçün məhsulun parametrlərinin yüksəldilməsi və ya aşağı salınması zəruriliyini müəyyən edir, lakin hər bir parametrin alıcının məhsul seçiminə təsirini əks etdirmir.

Kompleks metod qrup, inteqral göstəricilərin tətbiqinə əsaslanır. Məsələn, texniki parametrlər üzrə qrup göstəricisi aşağıdakı kimi hesablanır:

$$T_{tn} = \sum_{i=1}^n g_i \alpha_i$$

Burada, T_{tn} – rəqabətqabiliyyətinin texniki parametrlər üzrə qrup göstəricisi;

g_i – i -ci texniki parametr üzrə rəqabətqabiliyyətin fərdi göstəricisi;

α_i – tələbatı xarakterizə edən texniki parametrlərin ümumi yığılmasında i -ci parametrin xüsusi çəkisi;

n – qiymətləndirmədə iştirak edən parametrlərin sayı.

İqtisadi parametrlər üzrə qrup göstəricisi (T_{ip}) aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$T_{ip} = \frac{X}{X_0}$$

Burada, X , X_0 – uyğun olaraq qiymətləndirilən və nümunə məhsullar üzrə istehlakçının tam xərcləri.

İstehlakçının tam xərcləri məhsulun əldə edilməsinə çəkilən birləşmə xərclərlə (X_b) məhsulun istismarına çəkilən orta məcmu xərclərin cəminə bərabərdir.

$$X = X_b + \sum_{i=1}^T X_i$$

Burada, T – xidmət müddəti;

X_i – i -ci ildə məhsulun istismarına çəkilən xərclər;

i – məhsulun istismar müddəti üzrə illər.

Rəqabət qabiliyyəti göstəricisini məmulatın tələb olunan xəsələlərini layihələndirərkən, məhsul istehsalının potensial imkanlarını müqayisə, və qiyməti müəyyən edərkən və digər problemlərin həlli zamanı hesablamaq vacibdir.

4. Firmada məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində keyfiyyətlə əlaqədar bütün problemlərin dəqiq və hərtərəfli öyrənilməsi onun (keyfiyyətin) firmanın istehsal və kommersiya siyasətinin tərkib hissəsi olması ilə əlaqədarlıdır. **Kəskin rəqabət mübarizəsi şəraitində firmaların iqtisadi inkişafının şərtlərindən biri də məhsul keyfiyyətinin elmi əsaslarla, sistemli şəkildə idarə edilməsinə nail olmaqdır.** Bu, müasir dünya bazarının səciyyəvi əlamətlərindən və onun istehsalçılar qarşısında qoyduğu tələblərdən biridir.

İstehsalçı firmanın keyfiyyət üzrə siyasətinə onun məhsuluna bazar tələbatının kəmiyyəti həlledici dərəcədə təsir göstərir. Əlbəttə, istehsalçı öz məhsulunu istehlakçını qane edən qiymətlə, tələbin kəmiyyətcə dəyişilməzliyi müddətində realizə edə bilər. Lakin bazarda tələb dəyişikliyinə xəbərsiz, ya da bu barədə səhv məlumatı olan istehsalçı, nəticə etibarilə, çox ağır maliyyə çətinliyinə düşər ola bilər.

lər. Çünki bazarın tələbatını bilməyən firma öz imkanlarını bazar konyunkturasına uyğunlaşdırma bilməz. Bir sözlə, **firma və müəssisələr məhsulun keyfiyyətinə təsir edə bilən həm istehsaldaxili və həm də xarici amilləri daima diqqətlə izləməli, məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsinə mütəmadi olaraq səy göstərməlidir.**

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində keyfiyyətin idarə edilməsi, həm də elmi əsaslarla idarə edilməsi, istehsal firmaları üçün çox vacib məsələdir. Çünki yeni təsərrüfatçılıq şəraitində keyfiyyətin səmərəli idarə edilməsi, başqa amillərlə yanaşı, idarəetmənin keyfiyyətindən bilavasitə asılı olur.

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

Müasir rəqabət şəraitində müəssisənin qarşısında duran məqsədlərin reallaşdırılması üçün müəssisədə istehlakçıların maraqlarına istiqamətlənmiş, bütün bölmələri əhatə edən və bütün heyət üçün məqbul olan dəqiq təşkilati struktura malik keyfiyyətin idarəetmə sisteminin olması zəruridir. Keyfiyyətin səmərəli idarə olunması üç zəruri şərti nəzərdə tutur:

1. Firma və müəssisənin rəhbərliyi tərəfindən keyfiyyətin yüksəldilməsi fəaliyyətin əsas strateji məqsədi kimi qəbul edilir. Bu zaman konkret vəzifələr müəyyən olunur və bu vəzifələrin yerinə yetirilməsi üçün vəsaitlər ayrılır. Keyfiyyətə dair tələblər istehlakçı tərəfindən irəli sürüldüyündən keyfiyyətin sabit səviyyəsi də ola bilməz. Keyfiyyətin səviyyəsi həmişə artırılmalıdır, yəni keyfiyyət həmişə dəyişən məqsəddir.

2. Keyfiyyətin yüksəldilməsi tədbirləri bütün bölmələri əhatə etməlidir. Təcrübə göstərir ki, həyata keçirilən tədbirlərin böyük əksəriyyətini keyfiyyətə nəzarət şöbəsi tənzimləmir.

3. Kadrların ixtisasının artırılması və onların istehsal olunan məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsi sahəsində fəaliyyəti stimullaşdırılmalıdır.

Keyfiyyətin idarə edilməsi bəsit deyil, çoxamilli, biri-birilə şərtlənən çoxmərthələli mürəkkəb bir prosesdir. O, **məhsulun layihələndirilməsi, müqavilələrin bağlanması, istehsalçı və istehlakçıların davranışları, istifadə ediləcək avadanlıq və materialların müəyyən edil-**

məsi, tətbiq olunacaq texnoloji istehsal üsulu, sınaqların aparılması, hazır məhsulun qablaşdırılması və qorunması və s. işlərin ciddi şəkildə izlənilməsinə yönəldilmiş fəaliyyətdir. Başqa sözlə, keyfiyyətin idarə edilməsi – məhsulun layihələndirilməsi, istehsal və istehlakı (istismarı) mərhələlərində zəruri keyfiyyət xassələrini müəyyən etmək, ona təminat vermək, onu qoruyub saxlamaq məqsədilə mövcud şərait və amilləri mütəmadi izləmək və onlara təsir göstərməkdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, məhsul keyfiyyətinə nəzarət məhsul keyfiyyətinin idarə olunmasından fərqlidir; o, sonuncunun tərkib hissələrindən biridir. Sənaye məhsulunun keyfiyyətinə nəzarət işinin obyektivi istehsalı artıq başa çatmış, texnoloji prosesi tərk etmiş hazır məhsullardır.

Keyfiyyətə nəzarətdə məqsəd hazır məhsulların yaxşısını pisdən ayırmaq, xüsusilə zay məhsulların aşkarlanmasıdır. Yeri gəlmişkən, əgər nəzarət zamanı məhsulda aşkar olunan texniki qüsurlar (defekt) düzəldə biləndirsə, onda həmin məhsul yenidən texnoloji prosesə qaytarılır. Müəyyən, əlavə əməliyyatların köməyi ilə məhsulun defektini ləğv olunur və o təkrarən texniki nəzarətdən keçirilir, qəbul edilir. Əgər məhsuldakı defektin aradan qaldırılması mümkün deyildisə, həmin məhsul zay məhsul hesab edilir.

Keyfiyyətə nəzarət istehsal olunmuş məhsulların keyfiyyətində heç bir dəyişiklik edə bilməz, çünki o, istehsaldan kənar, daha doğrusu, istehsaldan sonrakı bir işdir; keyfiyyət isə, artıq qeyd edildiyi kimi, yalnız istehsal prosesində formalaşır. Buraya onu da əlavə etmək lazımdır ki, bir çox məhsulların keyfiyyətinə nəzarət, başqa sözlə, bunların hamısının yoxlanılması, sadəcə olaraq, mümkün deyildir. Bu məsələdə qəbul edilmiş qaydalardan biri məhsul keyfiyyətinin seçmə yolu ilə yoxlamadan keçirilməsidir. Məsələn, əgər istehsal olunmuş 100 ədəd məhsuldan 10-u yoxlamadan keçirilərkən onlardan yalnız biri zay hesab edilərsə, onda belə nəticəyə gəlinir ki, 100 məhsuldan 10 ədədi (yaxud 10 faizi) standart məhsullar deyil, nöqsanlıdır.

Keyfiyyətə nəzarət işində Yaponiya şirkətləri özləri üçün daha sərt qaydalar seçmişlər. Məsələn, kompüter üçün mikrosxemlər istehsal edən Yaponiya şirkəti onun (mikrosxemin) keyfiyyətinə nəzarət məqsədilə aşağıdakı qaydadan istifadə etmişdir: əgər istehsal olu-

nan hər 500 min ədəd mikrosxemdən 3 ədədə qədəri zaydırsa, məhsulun hamısı keyfiyyətli hesab edilir; əgər 3 ədədi zaydırsa, bütün məhsulun keyfiyyəti münasib sayılır; əgər mikrosxemlərdən 3-dən çoxu zay çıxırsa, onda istehsal dayandırılır, neqativ nəticənin səbəbləri aydınlaşdırılır, zəruri olan texniki-təşkilati tədbirlər işlənilir və tətbiq edilir.

Məhsulun keyfiyyətinə nəzarət yalnız onu istehsal edən firma və ya müəssisədə aparılır, bütün hallarda ondan asılı olmur. Kəndən kooperativləşdirmə yolu ilə dəstləşdirici məmullat və yarımfabrikat alan müəssisələr də onların keyfiyyətinə nəzarət etməli olurlar. Əks halda müəssisənin özünün istehsalı olan keyfiyyətli mürəkkəb maşın və avadanlıq, keyfiyyətsiz dəstləşdirici məmullat və yarımfabrikat hesabına, istehlakçılar tərəfindən onun qarşısında qoyulan texniki tələblərə cavab verə bilməz. Belə hallar üçün cavabdehlik və onlara qarşı mübarizə qanunvericilikdə də öz əksini tapmışdır. Belə ki, Ulu Öndər Heydər Əliyevin qərarı ilə 19 sentyabr 1995-ci ildə qəbul edilmiş «İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanununda deyilir: «İstehsalçı ... komplektləşdirici məmullatların qanunvericilikdə nəzərdə tutulan zəmanət müddəti ərzində ... normal işini (tətbiqini və istifadəsini) təmin edir» (6-cı maddənin 1-ci bəndi).

Məhsulun keyfiyyətinə görə istehlakçıların hüquqlarının qanunvericilikdə yetərincə müdafiə edilməsi təbiidir. Çünki məhsulun keyfiyyəti istehsalda formalassa da, istehlak prosesində özünü büruzə verir; məhsulun keyfiyyəti onun istehsalçısı deyil, istehlakçısı üçündür.

Firmalarda keyfiyyətin idarə edilməsinin mürəkkəbliyi məhsulun xarakterindən, nomenklaturasının genişliyindən, çeşid müxtəlifliyindən, istehsalın ictimai təşkilati formasından və texniki səviyyəsindən, texnikanın mükəmməlliyi və texnoloji istehsal üsulunun mütərəqqiliyindən, istehlak olunan materialın texnoloji xəritəyə uyğunluğundan və nəhayət, fəhlə kadrların ixtisas dərəcələrindən asılı olur.

Göstərmək lazımdır ki, keyfiyyətin idarə edilməsi işi yalnız istehsalçı firma deyil, həm də məhsulun istehlakçıları tərəfindən həyata keçirilir. Marketing vasitəsilə bazarın tədqiqi, məhsulun layihələndirilməsi, maddi-texniki təminat, məhsulun istehsalına hazırlıq, məh-

sulun istehsalı, sınaqların keçirilməsi, məhsulların qablaşdırılması və qorunması, istehlakçıya realizə edilməsi – bütün bunlar istehsalçı firma tərəfindən – həyata keçirilir.

İstehlakçı firma işə məmulatın (məsələn, avadanlığın) alınması, montaj edilməsi, istismar olunması, ona texniki xidmət göstərilməsi və nəhayət, ömrünü başa vurduqdan sonra ləğv edilərək utilləşdirilməsi işlərini yerinə yetirir.

Həm istehsalçı və həm də istehlakçı icra etdikləri bütün işlərdə məmulatın keyfiyyətinə nəzarət məsələlərini həyata keçirirlər.

Məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsi ilə əlaqədar məsələlərdən biri də həmin fəaliyyətin iqtisadiyyatıdır, başqa sözlə, onun əlaqədar olduğu xərclərdir.

Firma və onun bölmələrində keyfiyyətin idarə edilməsi xüsusi xidmət qurumları və onların rəhbərləri tərəfindən həyata keçirilir. (şəkil 14.1). Məsələn, İngiltərənin iri maşınqayırma firmalarında keyfiyyətin idarə edilməsinin təşkilat quruluşu aşağıdakı sxemdə verildiyi kimidir.



Şəkil 14.1. Maşınqayırma firmasında keyfiyyətin idarə edilməsinin təşkilati quruluşu

Keyfiyyətin təmin edilməsi ilə əlaqədar olan xərclər 3 qrupa bölünür.

Birinci qrup xərclər defektsiz məhsul istehsalına zəmanətin təmin edilməsi ilə bağlı olan xərclərdir. Bu qəbildən olan xərclər key-

fiyyətin planlaşdırılması, idarə edilməsi, yoxlama və sınaqların keçirilməsi, zayın baş vermə səbəblərinin təhlili, avadanlığa və alətə texniki xidmətin təşkili, heyətin öyrədilməsi və s. ilə əlaqədardır.

İkinci qrup xərclər sırf nəzarətlə, məhsulun standartlara uyğunluğunun yoxlanması ilə – yaxşını pisdən ayırmaqla – əlaqədar olan xərclərdir. Buraya nəzarəti həyata keçirən laboratoriya və digər xidmət sahələrinin saxlanması, materialın analizi və sınaqdan keçirilməsi, nəzarət avadanlığı və cihazlarının alınması, nəzarətçi-müfəttişlərin əmək haqqı və s. xərclər aid olunur.

Nəhayət, **üçüncü qrup xərclər zay məhsulla əlaqədar olan xərclərdir**. Bu qrupa məhsulun yenidən emalı, lomun dəyəri, reklamasiya hesabına məhsul qiymətinin aşağı düşməsi, başqa sözlə, firmanın imicinin pisləşməsi, firma haqqında ictimai rəyin dəyişməsi və s. aiddir.

Müşahidələr göstərmişdir ki, xərclərin quruluşunda ən böyük xüsusi çəkiyə malik olanı zayla əlaqədar xərclərdir – 65 faiz; bilavasitə nəzarətlə əlaqədar olan xərcin payı – 30 faiz və defektsiz məhsulun buraxılmasına əvvəlcədən zəmanəti təmin etməklə əlaqədar olan xərclər isə cəmi 5 faizdir.

Göründüyü kimi, məhsul keyfiyyətinin təmin edilməsi ilə əlaqədar xərclərdən qənaətə 3-cü və 2-ci qrupa daxil olanların hesabına nail olmaq daha sərfəlidir, çünki onların «çəkili» böyükdür.

Bütün yuxarıda qeyd edilənlər belə qənaətə gəlməyə əsas verir ki, məhsulun keyfiyyətinin səmərəli idarə edilməsinə nail olmaq çox önəmli, iqtisadi əhəmiyyətinə görə ciddi və çox incə məsələdir.

5. Məhsulun standartlaşdırılması və sertifikatlaşdırması

Məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsinin vacib üsürlərindən biri standartlaşdırmaadır.

"Standartlaşdırma haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda (8 oktyabr 1996-cı il tarixli) göstərilir ki, standartlaşdırma – 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 səhifəli informasiyaya malik olmalarını və s.-ni təmin etmək məqsədini daşıyır (bax: maddə1).

Standartlaşdırma məhsul keyfiyyətinin idarə olunması məqsədilə normaların işlənilib hazırlanması (yaradılması) 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 miqyası (coğrafiyası) və məsuliyyət dərəcəsinə görə standartlar – beynəlxalq, regional, 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.

Standartlaşdırmaya sərt mərkəzləşdirilmiş fəaliyyət kimi də baxmaq düzgün olmazdı. Əgər belə olsaydı onda müəssisə və firmalar özləri öz məhsullarının keyfiyyətini idarə etmək işindən məhrum olardılar. Yuxarıda haqqında bəhs olunan Qanunun 7-ci maddəsinin 2-ci bəndində göstərilir ki, dövlət standartlarının tələblərinin təmin edilməsi məqsədilə hər bir müəssisə müstəqil olaraq müvafiq standartlar hazırlaya və təsdiq edə bilər. Bu o deməkdir ki, firma və müəssisələr öz məhsullarının keyfiyyətini idarə etmək məqsədilə standartlaşdırma kimi vacib bir vasitədən istifadə etməkdə sərbəstdirlər.

Məlumdur ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində firma, daima olaraq, «məskunlaşdığı» seqmenti nəinki mühafizə etmək məcburiyyətində qalır, həm də onu genişləndirmək üçün cəhdlər göstərir. Bunun üçün o, təklifin tərkib müxtəlifliyini tələbin uyğun göstəricisi ilə tarazlamağa səylər göstərməli, diversifikasiya prosesinə meyilli olmalıdır, çünki əks halda bazarda tutduğu seqmentdən sıxışdırıla bilər. Lakin bununla yanaşı, müəssisə özünün nomenklaturunu, çeşid və tip-ölçülərini genişləndirməklə başqa bir çətinliklə qarşılaşır. Belə ki, istehsalın diversifikasiyası ixtisaslaşdırma ilə uzlaşdırılaraq aparılırsa, bu, çeşidin genişliyi qədər onların hər birinin eyni funksiyalı, lakin müxtəlif ölçülü his-

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

Göstərmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatına keçən ölkələrdə islahatların aparılması və bu prosesin sürətləndirilməsi üçün bir çox beynəlxalq qurumlar özlərinin fəaliyyət profilinə uyğun olaraq həmin ölkələri dəstəkləyir və köməkliklər göstərirlər. Bu qurumlardan biri də İSO-dur (İnternational Standart Orqanization), yəni Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatıdır. Bu təşkilatın adından (İSO) sonra gələn rəqəmlər əsasən məhsulun keyfiyyəti ilə bağlı olan standartları özündə təsbit edir. Sonuncu belə bir seriya 2000-ci ildə təsis edilmişdir – İSO 9001:2000. Sahibkarlıqla, ümumiyyətlə iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olacaq həm hüquqi və həm də fiziki şəxslər həmin standartlardan istifadə edə bilirlər.

Bir çox ölkələr (Fransa, Böyük Britaniya, Avstriya, İsveçirə və s.) İSO-nun işləyib hazırladıqları keyfiyyət standartlarını milli standartlar kimi qəbul etmişlər.

İSO-nun standartları əsasında firmalar arasında kontraktlar, məhsul keyfiyyətinin təminatı şərti kimi qəbul edilərək bağlanılır. Bir sözlə, keyfiyyətin idarə edilməsində Beynəlxalq standartlar sisteminin əhəmiyyəti danılmazdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi mexanizminin tərkib hissələrindən biri də məhsulların sertifikatıdır. **Məhsulların sertifikatı məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi işində standartlaşdırmanın davamıdır – standartlarda öz əksini tapmış tələblərin sınaqdan keçirilməsidir.** Məhsulların sertifikatıya edilməsində məqsəd standartların onlar (məhsullar) qarşısında qoyduğu tələblərə cavab verə bildiklərini sınaq yolu ilə yoxlamaq və təsdiq etməkdir.

Bazar iqtisadiyyatı sisteminə daxil olan ölkələrdə məhsulun sertifikatlaşdırılması onun sifarişçiləri, istehsalçıları, satıcıları və bir də müstəqil ekspert kimi, dövlətin müvafiq orqanları iştirak edirlər.

Sertifikasiya sınaqlarından müvəffəqiyyətlə keçən məhsullara sertifikatlaşdırma uyğunluq şəhadətnaməsi verilir.

Sertifikat almış məhsulların insan həyatına və sağlamlığına, ətraf mühitin çirklənməsi və əmlak üçün təhlükəsiz olması real olaraq təsdiqlənir və bundan sonra onların istehsalı və realizə edilməsi üçün heç bir maneə qalmır.

Göstərmək lazımdır ki, başqa ölkələrdən idxal olunan məhsullarda uyğunluq şəhadətnaməsi olmayınca, təhlükəsizliyinə əminlik yaranmayınca, onların daxili bazara buraxılması yol verilməzdir; bu, dünyanın bütün sivil ölkələrində belədir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Keyfiyyətə necə tərif vermək olar?
2. «Uyğunluq dərəcəsi» və ya «uyğunluq keyfiyyəti» haqqında nə bilirsiniz?
3. Məhsulun keyfiyyətini formalaşdıran xassələrin şərhini verə bilərsinizmi?
4. İstehsal olunan məhsulun keyfiyyəti və həcmi (kəmiyyəti) arasında nə kimi əlaqə və əks-əlaqə mövcuddur?
5. Məhsulun rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsinin hansı metodları vardır?
6. Keyfiyyətin idarə edilməsinin ilkin zəruri şərtləri hansılardır?
7. Standartlaşdırma dedikdə nə başa düşürsünüz?
8. Məhsul keyfiyyətinin sertifikatlaşdırmasını necə şərh edə bilərsiniz?

BÖLMƏ VI

FİRMANIN MARKETİNG FƏALİYYƏTİ VƏ MADDİ-TEXNİKİ TƏMİNATI

Fəsil 15. Firmanın marketing fəaliyyəti və məhsulun satışı

1. Firmanın marketing fəaliyyətinin mahiyyəti və xüsusiyyətləri
2. Marketing fəaliyyətində bazarın seqmentləşdirilməsi
3. Firmada marketing fəaliyyətinin idarə edilməsi
4. Firmanın satış siyasəti və onun elementləri
5. Firmanın kommersiya fəaliyyətinin təşkili
6. Firma məhsulunun satışında vasitəçilərin rolu

1. Firmanın marketing fəaliyyətinin mahiyyəti və xüsusiyyətləri

Bazar münasibətləri şəraitində işləyən firma və müəssisələrin mənfəət əldə etmələrində və, ümumiyyətlə, iqtisadi inkişaflarında marketing fəaliyyətinin müstəsna əhəmiyyəti vardır.

Kökü ingiliscə «market» (bazar) sözündən gələn «marketing» anlayışı bazar və satış sferalarında fəaliyyət mənasına daha uyğundur. Lakin marketing fəaliyyətinin bu cür izahı natamamdır, bəsitdir, çünki marketingin əhatə dairəsi bazarla məhdudlaşmır. O, habelə, istehsal və bazar sferalarının qarşılıqlı əlaqələrinin mərkəzində dayanır və həmin əlaqələrin səmərəliliyi və optimallığının müəyyən edilməsində əhəmiyyətli rol oynayır.

Marketing – ümumi-nəzəri baxımdan – müəssisənin təsərrüfatçılıq fəaliyyətinin bazar qanunları əsasında idarə edilməsi konsepsiyasıdır.

Firma özünün marketing fəaliyyətini istehlakçının bu və ya digər tələbatının ödənilməsi naminə deyil – bundan öncə – özünün istehsal imkanlarını genişləndirməklə öz maraqlarını təmin etmək üçün həyata keçirir.

Firma miqyasında marketing fəaliyyəti istehlakçıların suverenliyi şəraitində cəmiyyətin müəyyən etdiyi sosial-etik normalar əsasında, azad rəqabətə söykənən və qarşılıqlı faydalanmaq (mənfəət əldə etmək) naminə əmtəələrin mübadiləsidir, sahibkarlıq fəaliyyətidir.

Marketing – bazarın doğurduğu mürəkkəb mühitdə sərfəli istehlakçıların tapılması və seçilməsi, məhsullara qiymətin müəyyən olunması, bölgü planlarının tərtibi, məhsulların alqı-satqısını stimullaşdıran maliyyə, servis xidməti və s. bu kimi vasitələrdən istifadəyə əsaslanan idarəetmə prosesidir.

Firmanın marketing fəaliyyəti istehsal olunan məhsulun satışı məqsədilə əlverişli zəmin yaratmaq üçün onun keyfiyyətini, çeşidini və istehsal həcmi bilavasitə istehlakçıların tələbatına uyğunlaşdırmaq məqsədilə bazarın kompleks təhlili və proqnozlaşdırılması prosesidir.

Firmanın məhsul istehsal etmək imkanlarını onun istehsal potensialı (daxili mühiti), daha dəqiq deyilsə, istehsal gücü müəyyən edir, bazar imkanlarına isə, əsasən, xarici mühit təsir göstərir. İstehsal firması bazarla sıx əlaqədardır, çünki müəssisədə çəkilən xərclər əsasən istehsal prosesində, gəlirlər isə məhsulun reallaşdırılmasından yaranır. Bu baxımdan firmanın bazar (marketing) fəaliyyəti onun üçün strateji xarakter daşıyır.

Marketing fəaliyyətinin ilkin mərhələsi bazarı öyrənmək olsa da, onun istehsal üçün də əhəmiyyəti çox böyükdür. Belə ki, istehsalın perspektiv miqyası, onun bir tərəfdən ixtisaslaşmasının dərinləşməsi və digər tərəfdən isə diversifikasiyanın zəruriliyi, plan ilində istehsal vasitələrinə tələbatın öyrənilməsində mövcud resurslardan istifadənin səviyyəsi, ümumiyyətlə, istehsalın təşkili və s. bu kimi proseslər marketing fəaliyyətinin nəticələri ilə müəyyən edilir, qiymətləndirilir.

Bazar iqtisadi sistemində firmanın gəliri yalnız onun istehsalında mövcud olan xərclərin azaldılmasından asılı deyil. Gəlir həm də xeyli dərəcədə bazarın və rəqiblərin öyrənilməsinə (tədqiqinə) nə səviyədə diqqət yetirilməsindən, məhsulun keyfiyyətindən, onun bazarda müvəffəqiyyətlə reallaşdırılması işinin təşkilindən və s.-dən asılıdır.

Bütün sistemlər kimi, marketingin də istiqamətləri, metodları və məqsədlərinin reallaşdırılması üzrə vəzifələri vardır. Marketingin istiqamətləri dedikdə, məhsulun keyfiyyəti və çeşidi, qiymətinin for-

malaşdırılması (əmələ gəlməsi), satışının təşkili və kommunikasiya sahəsində aparılan siyasət başa düşülür.

Marketing fəaliyyəti – müəssisələrin bazarda olan fəaliyyətidir. Bu fəaliyyət aşağıdakıları əhatə edir:

– bazarda məhsullara olan potensial tələbatın və ehtiyacların həcmnin, onun dinamikasının, şəraitinin, hadisələrin real gedişinin və onun inkişaf perspektivlərinin dəqiq nəzərə alınmasını;

– firmaların istehsal həcmnin (təklifinin) bazarın mövcud potensial tələblərinə uyğunlaşdırılabilmə imkanlarının araşdırılmasını;

– firmanın istehsal etdiyi məhsula tələbatın, başqa sözlə, məhsul bazarının yaradılmasına və formalaşdırılmasına fəal təsir göstərilməsini;

– firmada məhsulların reallaşdırılması şəraitinə, tələbatın dəyişməsinə və s. bu kimi məsələlərə çevik münasibətlərin göstərilməsinə nəzarət edilməsini və s.

Firmada marketing fəaliyyətinin metodlarına isə aşağıdakılar daxildir:

a) xarici mühitin (müəssisəyə, firmaya və s. nisbətən) təhlili (buraya bazarlar, təchizat mənbələri və s. daxildir);

b) istehlakçıların (alıcıların) öyrənilməsi;

c) mövcud və həm də gələcək dövr üçün istehsalı planlaşdırılmış məhsulların bazarının və satış imkanlarının tədqiqi;

d) bazarda məhsulun hərəkəti və satışının planlaşdırılması;

e) tələbatın formalaşmasının (yaranmasının) və satışın stimullaşdırılmasının təmin edilməsi;

f) qiymət siyasətinin işlənilib hazırlanması;

g) marketing fəaliyyətinin bir sistem kimi idarə edilməsi və s.

Marketing sistemi, ümumiyyətlə, aşağıdakı məsələlərin:

– bazarın kompleks öyrənilməsinin (tədqiqinin);

– potensial (real) tələbatın və ödənilməyən ehtiyacların müəyyən edilməsinin;

– məhsul (xidmət) çeşidi və qiymətinin planlaşdırılmasının;

– bazarda mövcud olan tələbatın mümkün qədər çox ödənilməsinə nail olmaq məqsədilə tədbirlər sisteminin işlənilib hazırlanmasının;

– satışın planlaşdırılmasının və həyata keçirilməsinin, istehsalın təşkili və idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi üzrə tədbirlər sisteminin hazırlanmasının və sairənin kompleks həllini nəzərdə tutur.

Marketing tədqiqatları hesabına alınmış nəticələrin həqiqiliyini təmin etmək məqsədilə aparılan təhlil düzgün, hərtərəfli, obyektiv və tənqidi (yaradıcı) xarakter daşmalıdır.

Marketing fəaliyyəti şəraitində iki növ bazarları fərqləndirirlər.

1. **Satıcı bazarı**, adətən, satıcının daha çox səlahiyyətə malik olduğu, alıcının isə daha aktiv olduğu bazardır;

2. **Alıcı bazarı** isə alıcının daha çox səlahiyyətə malik olduğu, satıcının isə daha çox fəal olduğu təmin olunmuş bazardır.

Müəssisənin kommersiya müvəffəqiyyəti bazarların forma, tip və növlərinin dərin və hərtərəfli şəkildə öyrənilməsindən bilavasitə asılıdır. Bazarın öyrənilməsi nəticəsində firma ya məhsula istiqamətlənmiş marketingi, ya da istehlakçıya istiqamətlənmiş marketingi seçir.

Məhsula istiqamətlənmiş marketing, firma yeni məhsul yaradarkən və ya istehsal edilməkdə olan məhsulu təkmilləşdirərkən tətbiq edilir. Bu zaman əsas vəzifə yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsulu alıcının almasını stimullaşdırmaq, onu buna sövq etməkdir.

İstehlakçıya istiqamətlənmiş marketing firmanın fəaliyyətinin bilavasitə bazardan gələn tələbatların ödənilməsinə yönəldiyi zaman tətbiq edilir. Burada marketingin əsas vəzifəsi potensial tələbatların öyrənilməsi, bazar seqmentinin müəyyən edilməsidir.

2. Marketing fəaliyyətində bazarın seqmentləşdirilməsi

Marketing, bazarla əlaqədar olaraq, hər şeydən əvvəl, seqmentləşdirmə məsələlərini öyrənir və təhlil edir. **Bazar seqmenti dedikdə, istehlakçılar qrupu, məhsullar və habelə firmalar üçün ümumi olan əlamətlər üzrə bazarın xüsusiləşmiş hissəsi başa düşülür.**

Bazarın seqmentləşdirmə vəziyyətinin öyrənilməsi ilə sonradan məhsul üçün seqmentin düzgün seçilməsi və bununla da firmanın rəqabət mübarizəsində davam gətirmək məsələsi həll edilmiş olur.

Münasib bazar seqmentinin firmanın marketoloqu və onun komandası tərəfindən düzgün seçilməsi fəhm yolu ilə deyil, biribirilə dialektik vəhdət və asılılıqda olan amillərin dərinə və hərtərəfli tədqiqinə əsaslanmalıdır.

Seqmentin kəmiyyət parametrləri olan onun (seqmentin) həcmi, daha doğrusu, orada nə qədər məmulat və hansı dəyərdə, hansı sayda

istehlakçıya realizə imkanları mütləq öyrənilməlidir. Bundan sonra həmin seqmentin firma üçün münasibliyi göstəriciləri, ilk əvvəl, onun məhsullarını realizə edə biləcək kanalların imkanları, əmtəələrin bazarda qorunub saxlanma və istehlakçılara nəql olunma şəraiti təhlil edilir və öyrənilir.

Bazar seqmentinin perspektivli, dəyanətli olmasını dəqiq öyrənmək orada iştirak edəcək firma üçün ciddi və önəmli məsələdir. Perspektivi, genişlənmə imkanı olmayan seqmentə istehsal gücünü istiqamətləndirmək firmanın iflası uqraması demək olardı.

Marketing fəaliyyəti, habelə firma (müəssisə) üçün həyati məsələ, seçiləcək seqmentin onun üçün hansı səviyyədə səmərəli olaçağının əvvəlcədən müəyyən edilməsidir. Bunun üçün mənfəət kütlesi, mənfəət norması, investisiyanın səmərəliliyi, səhmlərə dividəndin kəmiyyəti və s. bu kimi göstəricilər təhlil edilir, müvafiq nəticələr çıxarılır və qərarlar verilir.

Seqmentin düzgün seçilməsini müəyyən edən amillərdən biri də seqmentə daxil olan rəqib firmaların (müəssisənin) «davranışlarını» müəyyən etməkdir. Əgər onların öz mənafeələrini qorumaq imkanları genişdirsə, rəqabətə dözümlüdürlərsə, belə bir seqmentə daxil olmaq lüzumsuzdur; rəqabətin zəif olduğu yeni seqmentin axtarılmasına üstünlük vermək daha əlverişlidir.

Bazar seqmentinin seçilməsi işində nəzərə alınması vacib olan amillərdən biri də həmin seqmentdə firmanın (müəssisənin) nə səviyyədə işləyəcəyinin müəyyən edilməsidir. Əgər seqmentdə işləmək üçün seçilmiş – mühəndis, istehsal, satış və s. – işçilərin peşəkarlıq səviyyələri yüksəkdirsə, onda onlar firmanın məhsulunu səmərəli yolla istehlakçılara çatdıracaq və rəqabət mübarizəsində davam gətirə biləcəklər.

Nəhayət, firma öz məhsulunu realizə etmək üçün seçmiş olduğu seqmentdə rəqabət mübarizəsində öz gücünü əvvəlcədən müəyyən etməlidir. O, hətta seçilmiş seqmentdə rəqabət üçün potensial rəqibləri, onların imkanlarını, xüsusilə zəif cəhətlərini öyrənməlidir. Resurslarını səfərbər etməklə öz nöqsanlarını aradan qaldırmaq, güclü cəhətlərini daha da gücləndirmək yolu ilə hər hansı bir firma "məskunlaşdıqı" seqmentdəki rəqabət mübarizəsinə qoşula bilər.

Yuxarıda sözügedən bütün amilləri nəzərə almaqla firma seçdiyi seqmentin özünə nə qədər münasib olduğu haqqında düzgün qərar

çıxara bilər. Yalnız bundan sonra o, həmin segmentdə mövcud olan və gözlənilən tələbin həcmi haqqında əlavə məlumat toplayır və seçdiyi bazarın (segmentin) həcmi müəyyən edir.

Lakin bütün yuxarıda sadalanan amillərin dəqiq öyrənilməsi ilə bazarın segmentlərindən hansının seçilməsi işi tamamlanmır. Bundan sonra, müfəssəl məlumat almaq məqsədilə, **segmentlər daha 4 əlamət üzrə öyrənilir və təhlil edilir. Bunlar coğrafi, demoqrafik, psixografik və məhsula ehtiyac əlamətləridir.**

Coğrafi əlamətlər üzrə segmentin öyrənilməsində bazarın hansı regionda, şəhərdə yerləşməsi, iqlim şəraitinin necəliyi, istehsal infrastrukturunun inkişaf səviyyəsi, əhəlinin hansı sayda və sıxlıqda olması kimi məsələlər aydınlaşdırılır.

Demoqrafik əlamətlər üzrə bazar segmenti öyrənilərkən istehlakçıların yaş-cins tərkibi, təhsil səviyyəsi, gəlir səviyyəsi, peşə tərkibi, dinə münasibəti kimi məsələlər haqqında məlumatlar toplanılır və təhlil olunur.

Psixografik əlamət – istehlakçıların yaşayış tərzini, onların şəxsi keyfiyyətləri üzrə segmentin öyrənilməsində məqsəd firmanın gələcəkdə potensial istehlakçıları seçəcəyi segmentə cəlb etməkdir. Bu, firmanın perspektivi üçün çox önəmli bir məsələdir.

İstehlakçının məhsula ehtiyacı və marağı segmentin seçilməsində nəzərə alınan mühüm əlamətlərdən biridir. Bu əlamət üzrə segmentin öyrənilməsi istehlakçıların firmanın (müəssisənin) məhsuluna qarşı həssaslıq və ya etinasızlıq məsələlərini aydınlaşdırmaqdır. Öz-özlüyündə aydındır ki, bu işdə məhsulun rəqabətlik göstəriciləri olan keyfiyyət, qiymət, xidmət komfortu, reklam, dizayn və s. ciddi rol oynayır.

Qeyd etmək lazımdır ki, segmentin seçilməsinin reallaşdırılmasında yuxarıda göstərilən əlamətlərin hər biri təklikdə deyil, kombinasiyada (coğrafi-demoqrafik, demoqrafik-psixografik və s.) vəziyyətdə öyrənilsə, çıxarılan nəticələr daha mötəbər və etibarlı olar.

Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, marketing – bazarın və həm də satış sferasının kompleks tədqiqi üzrə fəaliyyət növüdür. **Marketing fəaliyyəti fasiləsiz bir prosesdir, nə «mövsümi» xarakter daşıya bilməz, nə də təsadüfdən-təsadüfə icra oluna bilməz.**

Marketing fasiləsizliyinin bir səciyyəvi cəhəti odur ki, hər bir tədqiqat özündən əvvəlkinə nəinki inkar etmir, əksinə onun nəticə və məlumatlarına əsaslanır. Bu onunla izah edilir ki, bazarın hər növbəti

marketing tədqiqi, hətta bəzən, yeni müəssisənin tikilməsi və ya mövcud olanın yenidən qurulması zəruriliyi üçün ilkin şərtləri aşkara çıxara bilər. Bununla əlaqədar olaraq, əgər aparılan texniki-iqtisadi tədqiqatlar yeni müəssisənin və mövcud olanın rekonstruksiya edilməsi üçün əsas verirsə, belə halda biznes-plan tərtib olunur və onun reallaşdırılması məqsədilə təsisçilər axtarılır. Firmanın (müəssisənin) özünün də maliyyə imkanları nəzərdən keçirilir.

Digər tərəfdən, əgər aparılmış hesablamaların nəticəsi xərclərin vaxtında geri qaytarılmasına inamsızlıq yaradırsa, firma (müəssisə) investisiyanın istiqamətini dəyişməli, yeni, əlverişli tətbiq sahəsi tapmalıdır. Bu isə öz növbəsində yeni marketing araşdırmaları tələb edir. Bir sözlə, bütün hallarda, marketing fəaliyyətinin fasiləsizliyi istehsalın özünün fasiləsizlik xarakterindən irəli gəlir.

Bazarın marketing tədqiqatları yeni məhsulun istehsalı vaxtını qabaqlamalıdır. Yeni məhsulun istehsalına başlamazdan əvvəl firmanın gələcək istehlakçılar haqqında zəruri məlumatları olmalıdır. Bu ona görə lazımdır ki, bir çox hallarda, yeni məhsul bazara daxil ola bilmir. Onun layihələndirilməsi, istehsalı üzrə mühəndis ideyaları öz əhəmiyyətini itirir, lüzumsuz çəkilən xərclər isə ictimai itkiyə çevrilir.

Bu baxımdan ABŞ, xüsusilə Yaponiya firmaları fərqlənilir. Onlar bazarın yeni məhsula marağının səviyyəsini öyrənmədən həmin məhsulun istehsalına başlanırlar; həmin məhsullar üçün kommersiya – satış işləmələri aparırlar və s.

Yeni məhsulun istehsalına başlamağın və onun fasiləsizliyinin zəruri şərtlərindən biri də material resurslarının tələb olunan həcmdə mövcudluğudur. Lakin istehsalın mütəmadi olaraq təkrarlanması üçün əməyin nəticəsi olan məhsulların satışı işinin ahəngdar şəkildə həyata keçirilməsi də çox vacibdir. Əks halda – **istehsal olunan məhsullar satılmırsa, onda onların təkrar istehsalı öz mənasını itirir. Satış üçün isə yalnız satılması mümkün olan məhsullar istehsal edilməlidir.** Bu baxımdan marketing fəaliyyətinin mühüm cəhətlərindən biri, bazarın tədqiqi zamanı, firma üçün təklifin çeşid strukturunu tələbin uyğun göstəricisinə mümkün qədər dəqiqliklə uzlaşdırmaqdır.

Təklifin çeşid strukturunun düzgün müəyyən edilməsi onun (çeşid strukturunun) tərkibini təşkil edən məhsulların istehsalı ilə əlaqədar materialların kəmiyyəti və texniki xarakteristikasını müəyyən etməyə

imkan yaradır. Bundan az əhəmiyyət kəsb etməyən digər mühüm cəhət, təklifin düzgün müəyyən edilmiş çeşid strukturu tələbin uyğun göstəricisi ilə uzlaşdırıldığından firmanın istehsalı olan məhsulların maneəsiz satışına əsas yaradır, zəmanət verir.

3. Firmada marketing fəaliyyətinin idarə edilməsi

Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsində marketingin müstəsna rolu və əhəmiyyəti vardır, çünki o, firmanın funksiya və vəzifələrinin bütün tərəfləri ilə sıxı surətdə əlaqədardır və qarşılıqlı təsirdədir; marketing firmalarda funksiyalararası əlaqələndirmə vəzifələrini də yerinə yetirdiyindən– digər idarəetmə strukturları ilə müqaisədə – onlardan bir pilə yüksəkdə dayanır.

Qabaqcıl idarəetmə metodlarından biri olan marketingdən təsərrüfatçılıq praktikasında istifadə olunması istehlakçıların tələbatına uyğun gələn məhsullar istehsalına imkan verməklə satış bazarlarını genişləndirməyə şərait yaradır.

Marketingin idarə edilməsi prosesi – bazar imkanlarının təhlilindən, məqsədli bazarın seçilməsindən, marketing kompleksinin işlənilib hazırlanmasından və marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsindən ibarətdir.

Məhsul müəssisədən istehlakçıya qədər uzun bir yol keçir: qablaşdırılır, nəql edilir, anbarlara yığılır, istehlak məntəqələrinə çatdırılır, satış yerlərində yerləşdirilir və nəhayət, alıcılara satılır. İstehsalçıdan istehlakçıya qədər əmtəənin hərəkəti ilə əlaqədar proseslərin həyata keçirilməsi müəyyən xərc tələb edir ki, buna da tədavül xərcləri deyilir. Qeyri-mərkəzləşdirilmiş idarəetmə strukturuna malik olan iri sənaye müəssisələrində, adətən, ticarət-satış fəaliyyətini həyata keçirmək məqsədilə xüsusi şöbə – marketing şöbəsi, kiçik müəssisələrdə isə marketing qrupları fəaliyyət göstərir. Bu şöbə və qrupların əsas vəzifəsi müəssisənin bütün istehsal bölmələri üzrə istehsal-təsərrüfat və satış fəaliyyətini əlaqələndirməkdən ibarətdir. Bu şöbənin tərkibində aşağıdakı məsələlərin öyrənilməsi üzrə müxtəlif bölmələr ola bilər: bazar konyunkturasının kompleks öyrənilməsi; marketing proqramının işlənilib hazırlanması; satışın təşkili; reklamlaşdırma; texniki xidmət və s. Bu bölmələrin fəaliyyəti, əsasən, bazarda əlverişli şərait yaratmaqdan və müəssisə tərəfindən daha çox mənfəət əldə olunma-

sını təmin etməkdən ibarətdir. Marketing şöbəsinin funksiyası müəssisənin digər istehsal bölmələrinin funksiyaları ilə sıx əlaqədardır.

Marketingin funksiyaları dedikdə, müəssisənin qarşısına qoyulmuş məqsədə çatmaq üçün marketing prosesində həyata keçirilən ixtisaslaşmış fəaliyyət növlərinin məcmusu başa düşülür. Başqa sözlə, bu, istehsalın və satışın miqyası, bazarda əmtəələrin təklif edilməsindən, əmtəə çeşidlərindən, həmin növ əmtəələrə olan ehtiyacların və tələbatların xüsusiyyətlərindən asılı olaraq həyata keçirilən funksiyalardır.

Marketingin funksiyalarına əsasən aşağıdakılar daxildir:

- marketing məqsədləri ilə bağlı bazarın kompleks öyrənilməsi, yəni kompleks marketing tədqiqatının aparılması və bunların əsasında müəssisənin elmi-texniki siyasətini işləyib hazırlamaq;

- istehsalın optimal strukturunun müəyyən edilməsi;

- məhsul çeşidinin planlaşdırılması;

- satışın intensivləşdirilməsi üzrə (reklamaların, sərğilərin təşkili və satışın stimullaşdırılmasının digər metodlarını daxil etməklə) tədbirlər işləyib hazırlamaq;

- əmtəələrin hərəkətinin daha səmərəli yollarının, əmtəələrin satış yerinin, vaxtının və üsulunun (satış işinin planlaşdırılmasının) müəyyənləşdirilməsi;

- satışdan sonrakı xidmətin təşkili;

- yeni istehlakçıların tapılması və seçilməsi və s.

Bazarın kompleks tədqiqi marketing sisteminin əsas elementlərindən biri olmaqla, müəssisə rəhbərliyi tərəfindən səmərəli idarəetmə qərarının qəbul edilməsində müstəsna rola malikdir. Çünki bazardakı müvəffəqiyyət ilk növbədə, informasiyaların toplanması və təhlilindən asılıdır.

Marketing tədqiqatlarının əsas məqsədi, tələb və təklifin mövcud və perspektiv inkişafına, qiymətin dəyişməsinə, tələbatın ödənilməsi səviyyəsinə və ödənilməmiş tələbatın həcminə, rəqiblərin bazar fəaliyyətinə, məhsulların satışının və texniki xidmətin təşkilinə və s. dair tam, ətraflı və düzgün informasiya toplamaqdır. Bundan sonra həmin informasiyalar sistemləşdirilir, təhlillər aparılır və qərar qəbul edilir. İnformasiya yüksək keyfiyyətli, tam və düzgün olmalıdır. Marketing informasiyalarının təhlilində riyazi statistikanın, texniki-iqtisadi təhlilin və s. metodlarından geniş istifadə edilir.

Marketing tədqiqatları əmtəələrin həyat dövrünün hər bir mərhələsində aparılmalıdır. Bu isə onun məzmununu və məqsədyönlüliyünü müəyyən edir.

Bazar iqtisadi sisteminin «tələb-təklif» qanununun tələblərinə uyğun olaraq, hər bir firma çalışır ki, bazarda özünə layiqli yer tutsun, istehsal etdiyi məhsul alıcılar tərəfindən yaxşı qarşılansın, onların reallaşdırılması sürətlə həyata keçirilsin və yüksək qazanc əldə edilsin. Bu baxımdan da firmalar bazara bir və ya bir neçə növ məhsul deyil, daha çox növdə (çəşiddə) və əla keyfiyyətdə məhsullar çıxarmağa cəhd edirlər.

Məhsul çeşidinin planlaşdırılması dedikdə, firmada istehsal edilən və ya gələcəkdə istehsalı nəzərdə tutulan məhsulların seçilməsinə, seçilən məhsulların texniki-iqtisadi, funksional, estetik və digər xüsusiyyətlərinin istehlakçıların tələbatına uyğunlaşdırılmasına yönəldilmiş tədbirlər sisteminin işlənilib hazırlanması və icrası prosesi nəzərdə tutulur. Buraya:

- istehsalın çeşid quruluşunun müəyyən edilməsi və tərtibi;
- seçilmiş məhsulların rəqib müəssisənin oxşar məhsulları ilə müqayisəsi;
- istehsal olunan məhsulların təkmilləşdirilməsi, yeniləşdirilməsi və ya yeni məhsulların istehsal edilməsi ilə onların texniki-iqtisadi və istismar göstəricilərinin istehlakçıların tələbatına uyğunlaşdırılması və s. daxildir.

Məhsulların bölgüsü və satış funksiyasına məhsulların bazarlar üzrə paylanması, satış kanallarının seçilməsi, ticarət-bölüşdürmə şəbəkələrinin təşkili, onların vasitəsi ilə məhsulların satışı, məhsulların nəql edilməsi, anbarlara yığılması, satışın həcmnin təhlili və proqnozlaşdırılması və s. bu kimi fəaliyyət növləri daxildir.

Satışın intensivləşdirilməsi funksiyasına istehlakçılara məhsullar haqqında məlumat verilməsi, onların müəssisənin məhsulunu almağa həvəsləndirilməsi, müəssisənin məhsuluna, eləcə də kommersiya əhəmiyyətli ideyalarına müsbət münasibət yaradılmasına fərdi, yaxud dolayı yolla təsir edilməsi üzrə tədbirlərin işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsi aiddir.

Firma, planlaşdırma da daxil olmaqla, bütün marketing fəaliyyətini səmərəli həyata keçirmək üçün optimal marketing sisteminə malik olmalıdır. Kiçik müəssisələrdə marketing fəaliyyətinin həyata keçiril-

məsi bir marketoloqa həvalə edilə bilər. Ona marketing tədqiqatlarının həyata keçirilməsi, satışın, reklam işinin, istehlakçılara servis xidmətinin təşkili həvalə edilə bilər. **İri müəssisələrdə isə marketing funksiyalarının yerinə yetirilməsi üçün xüsusi marketing şöbəsi yaradılır ki, burada da müəyyən sayda mütəxəssis işləyir. Marketing şöbəsi aşağıdakı prinsiplər əsasında yaradılır:**

a) **funksional prinsip üzrə təşkil** – ən geniş yayılmış prinsiplərdən biridir. Bu halda marketing üzrə mütəxəssislər marketing fəaliyyətinin müxtəlif funksiyalarını həyata keçirirlər. Marketing şöbəsinin funksional prinsip üzrə təşkilinin əsas üstünlüyü idarəetmənin sadəliyindədir. Lakin müəssisənin əmtəə çeşidi (nomenklaturası) və bazarlarının sayı artdıqca, bu prinsip öz əhəmiyyətini itirir. Çünki ayrıca götürülmüş hər bir bazar və yaxud əmtəə çeşidi üçün xüsusi proqramlar işləyib hazırlamaq həm çətinləşir, həm də çoxlu vaxt tələb edir. Bundan əlavə, şöbənin hər bir işçisi yalnız ona həvalə olunmuş iş üçün məsuliyyət daşdığından marketing fəaliyyətinə görə ümumi fəaliyyət onlar arasında bölünür;

b) **coğrafi prinsip üzrə təşkil** zamanı ticarət agentləri xidmət etdikləri ərazidə yaşadıqlarından öz müştərilərini (alıcılarını) daha yaxşı tanıyırlar, səfərlərə çox az vaxt və vəsait sərf etməklə daha səmərəli işləyə bilirlər;

c) **əmtəə istehsalı prinsipi üzrə təşkil** – geniş əmtəə çeşidi, yaxud müxtəlif markalı malları olan müəssisələrdə yaradılır. Marketing şöbəsinin əmtəə istehsalı prinsipi üzrə təşkilində bütün əmtəələrin istehsalına əmtəə nomenklaturası üzrə müdir rəhbərlik edir, özünün konkret əmtəəsinin buraxılışına cavabdeh olan əmtəə üzrə müdir müstəqil surətdə fərdi istehsal proqramlarını işləyib hazırlayır, onların yerinə yetirilməsinə və nəticələrinə nəzarət edir, lazım gələrsə, bu proqramlarda müəyyən düzəlişlər aparır. Əmtəə istehsalı prinsipi üzrə təşkil o halda özünü doğruldur ki, müəssisənin buraxdığı məmulatlar hazırlanma texnologiyasına və iqtisadi təyinatına görə bir-birindən köklü surətdə fərqlənir və ya bu əmtəələrin növləri o qədər çoxdur ki, marketingin idarə edilməsinin funksional təşkili bütün bu nomenklaturanın öhdəsindən gələ bilmir;

d) **bazar prinsipi üzrə təşkil** – müxtəlif bazarlarda çoxlu sayda alıcılar, onların müxtəlif adət və zövqləri olduğu hallarda məqsəddə uyğundur. Bu zaman bazar işləri üzrə müdir ayrı-ayrı bazarlar üzrə

bir neçə menecerin fəaliyyətinə rəhbərlik edir. Hər bir bazar üzrə müdir isə satış və digər funksional fəaliyyət növləri üçün perspektiv və cari proqramların işlənilib hazırlanmasına rəhbərlik edir və onun üçün müəyyən məsuliyyət daşıyır;

e) **əmtəə-bazar prinsipi üzrə təşkil** – mürəkkəblik dərəcəsi yüksək olduğundan böyük xərc tələb edir və müxtəlif münafişələr doğurur. Ona görə bu prinsiptən məhdudlaşdırılmış şəkildə istifadə edilir.

Bəzi firmalarda (müəssisələrdə) marketing fəaliyyətini həyata keçirmək üçün marketing üzrə **mərkəzi xidmət aparatı** yaradılır. Bu mərkəzi xidmət aparatı müəssisənin marketing fəaliyyəti üzrə strategiyasını işləyib hazırlayır (hər bir məhsul növü üzrə) və öz fəaliyyətini müəssisənin fəaliyyətinin digər istiqamətləri, məsələn, planlaşdırma, qiymətqoyma, maliyyə, nəzarət və s. ilə əlaqələndirir ki, bu da konkret məsələnin həllinə kompleks yanaşmanı təmin edir. **Mərkəzi xidmət aparatının fəaliyyəti aşağıdakı istiqamətlərə yönəldilir:**

- a) məhsul üzrə marketing proqramının hazırlanması;
- b) bazarların tədqiq edilməsi, öyrənilməsi;
- c) yeni növ məhsulların yaradılması və yayılması;
- d) məhsullar üzrə qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi;
- e) istehlakçılara xidmət göstərilməsi;
- f) satışın təşkili və həyata keçirilməsi;
- g) əmtəələrin daşınmasının təşkili;
- h) marketing fəaliyyətinə rəhbərliyin təmin edilməsi.

Bazar münasibətləri şəraitində təsərrüfat subyektlərinin səmərəli fəaliyyəti onların istehsal etdiyi məhsulların bazardakı tələbə uyğun olmasından asılıdır. Bu baxımdan marketing xidməti firmanı, bazarda onun məhsullarına olan tələbə dair etibarlı proqnozla təmin etməlidir.

Firmanın strategiyası istehlakçıların əsas tələblərini ödəmək üçün məhsul və xidmətlər istehsal etməkdir. Firma və ya müəssisənin fəaliyyətinin məqsədi kimi hansı tələbin əsas götürülməsinin müəyyən olunması strateji qərardır. Bu isə əsaslı marketing tədqiqatları tələb edir.

Bazar münasibətləri şəraitində marketing fəaliyyətinin strategiyasının hazırlanması və tətbiqi – müəssisə və ya firma menecmentinin əsas funksiyalarından biridir.

Strateji planlaşdırma – müəssisənin məqsədləri ilə onun potensial imkanları arasındakı strateji uyğunluğun yaradılması və qorunub sax-

lanması üzrə idarəetmə prosesidir. Müəssisənin strateji planında onun hansı məhsulların istehsalı ilə məşğul olması və perspektiv üçün qarşıya qoyulan vəzifələr öz əksini tapır.

Marketing proqramı müəssisənin marketing konsepsiyası əsasında hazırlanır. Onun tərtib olunmasında mərkəzi yeri, istehlakçı amillərini nəzərə almaqla bazar prioritetlərinin müəyyən olunması və bu prioritetlərə uyğun konkret məhsul istehsalını təşkil etməkdir ki, istehsal olunan məhsul istehlakçı tərəfindən alınsın və satışda heç bir problem yaranmasın.

Marketing proqramının hazırlanması aşağıdakı elementlərdən ibarətdir:

- marketing məqsədlərinin müəyyən olunması;
- satış bazarının müəyyən edilməsi;
- nəticələrin qeydə alınması;
- daxili və xarici mühit amillərinin təsirinin uçota alınması ilə planların dəqiqləşdirilməsi.

Marketing strateji proqramı isə aşağıdakı üç hissədən ibarət olur:

1. Firmanın məqsədləri;
2. Təsərrüfat portfeli;
3. Firmanın işgüzar fəallığının genişləndirilməsi istiqamətləri.

Marketing üzrə strateji proqramın birinci hissəsində (bölməsində) müəssisənin maliyyə, bazar və sosial məqsədləri kimi strateji məqsədləri müəyyən olunur. Həmişə birinci yerdə mənfəətin minimal mümkün və məqsədəuyğun proqnoz həcmi nəzərdə tutan maliyyə məqsədləri durur.

Mənfəətin artımına satışın həcmi çoxaltmaq və istehsal xərclərini azaltmaqla nail olmaq olar. Satışı, ilk əvvəl yerli bazarın böyük hissəsini əldə etməklə və habelə ya paralel, ya da ardıcıl olaraq xarici bazarlara çıxmaqla, artırırırlar. Məhz bunlar müəssisənin marketing fəaliyyətində cari vəzifələr hesab olunurlar.

Strateji planlaşdırma sahəsinin əsas vasitəsi müəssisənin təsərrüfat portfelinin təhlilidir. Bu təhlil işi müəssisənin tərkibinə daxil olan bütün istehsalların vəziyyətinin qiymətləndirilməsini əhatə edir. Belə təhlil rentabelli istehsalları müəyyən etməyə imkan verir. Əsasən, investisiya qoyuluşu rentabelli istehsallara yönəldilir, az rentabelli istehsallara isə

investisiya qoyuluşu azaldılır, ya da ümumiyyətlə, yönəldilmir. Firma özünün təsərrüfat portfelinə perspektivli istehsalları inkişaf etdirərək, perspektivsizləri isə ləğv edərək mövcud şəraitə uyğunlaşdırmalıdır.

Firmanın təsərrüfat portfeli aşağıdakı vəzifələrin həllinə imkan verir:

– mövcud vəziyyətin təhlili və bazarın inkişaf proqnozları əsasında hansı istehsal növünü inkişaf etdirməyi müəyyənləşdirməyə. Təbiidir ki, gəlirli sahələri inkişaf etdirmək lazımdır;

– hansı sahəni əvvəlki səviyyədə saxlamaq və bunu əsaslandırmağa. Bir qayda olaraq bu sahələrə azrentabelli sahələr aiddirlər;

– hansı əmtələrin istehsalının dayandırılmasını müəyyənləşdirməyə. Öz-özlüyündə aydındır ki, bu, zərərli işləyən sahələrə aiddir.

Konkret sahəni qiymətləndirmək üçün müəssisə bazarın ölçüsünü, onun artım tempini, orada qazanılacaq mənfəətin həcmi, rəqabətin intensivliyini, işgüzar fəallığın dövriliyini və mövsümliliyini nəzərə alır. Firmanın artım strategiyası müəssisədə qeyri-müəyyənlik və fəaliyyət mühitinin dəyişkən olması ilə əlaqədar "mənfəət effektin" aradan qaldırılmasına kömək edir və istehsaldaxili zəruri dəyişikliklərə hazırlaşmağa imkan verir.

4. Firmanın satış siyasəti və onun elementləri

Firmada məhsulun satışının təşkili istehsalın təşkilinin sonuncu mərhələsidir, mürəkkəb və çox əməktutumlu bir işin yekunudur. Məhsulun reallaşdırılması prosesini dörd mərhələyə bölmək olar. **Birinci mərhələdə məhsulun göndərilməsi üçün müqavilələr bağlanır. İkinci mərhələdə məhsulun reallaşdırılması və firmanın anbarında məhsul qalığı planı tərtib olunur. Üçüncü mərhələdə istehlakçılara məhsulun yüklənib yola salınması işi həyata keçirilir. Məhsulun reallaşdırılması prosesi dördüncü mərhələdə – məhsulgöndərən müəssisənin hesablaşma hesabına pul vəsaitlərinin daxil olması ilə bitir.**

Firmanın bazardakı müvəffəqiyyətinin ən başlıca amillərindən biri – satış şəbəkəsinin (sistemini) düzgün qurulmasıdır. Belə ki, müəssisənin (firmanın) ümumi mal dövriyyəsinin həcmi və onun artım dinamikası, alınan gəlirin kütləsi bilavasitə satış şəbəkəsinin ölçülərindən və səmərəli işindən asılıdır. Odur ki, hər bir müəssisə (firma) özünün satış şəbəkəsinin formalaşması işinə xüsusi diqqət yetir-

məlidir. Çünki onun təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələri özünün kommersiya fəaliyyətinin təşkili səviyyəsindən çox asılıdır.

Məhsulların satışı sistemi marketinqin üzvü tərkib hissəsidir və o, firmanın məhsulun hazırlanması, mənimsənilməsi, istehsalı və istehlakçıya çatdırılması üzrə fəaliyyətinin sonuncu mərhələsini əhatə edir. Məhz bu mərhələdə istehlakçı, firmanın bütün cəhdlərini özü üçün ya faydalı və ya da faydasız hesab edir və, uyğun olaraq, onun məhsulunu və xidmətlərini ya alır və ya da onu almaqdan imtina edir. Eyni zamanda, artıq qeyd olunduğu kimi, məhsul satışını marketinqin əsas tərkib hissəsi kimi qəbul etmək lazımdır. Marketinqin digər elementlərinə məhsul, qiymət və məhsulların hərəkəti sistemi daxildirlər. Firma məhsulun bölüşdürülməsini həyata keçirməzdən əvvəl əmin olmalıdır ki, o lazımı keyfiyyətdədir, ona uyğun qiymət qoyulmuşdur və onun bazara çıxarılması üçün zəruri işlər görülmüşdür.

İstehlakçıların tələblərinin ödənilməsinin istiqamət və üsullarının seçilməsi firmanın satış siyasətinin əsasını təşkil edir. İstehsalçı firmanın satış siyasəti son istehlakçıya əmtəə axınının hərəkətini təşkil etmək üçün onun məqsədəuyğun fəaliyyətini, bu fəaliyyətin prinsip və metodlarını əhatə edir. Fəaliyyətin əsas məqsədi potensial alıcının real tələbini öz məhsuluna istiqamətləndirmək üçün şəraitin yaradılmasıdır. Belə şəraitin yaradılmasına təsir edən amillərə onların həyata keçirdikləri funksiyalarla birlikdə satış siyasətinin elementləri, bölüşdürmə, satış və əmtəə hərəkətinin təmin edilməsidir. **Satış siyasətinin əsas elementlərinə aşağıdakılar aiddirlər:**


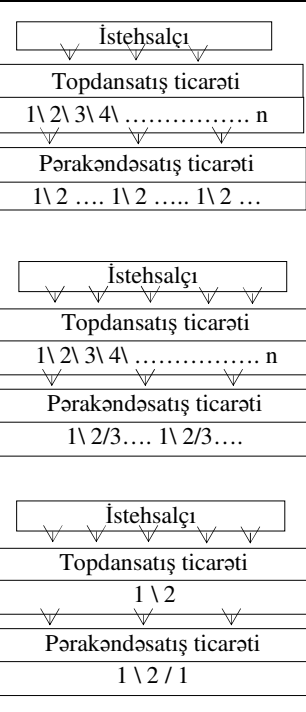
– məhsulun tamamlanması – hazır məhsulun seçilməsi, növlərə ayrılması və qruplaşdırılması – bunlar da məhsulun istehlak üçün mümkünlük və hazırlıq səviyyəsini artırır;

– məhsulun saxlanması – məhsuldan zəruri ehtiyatların yaradılması və saxlanması təşkili;

– istehlakçılarla əlaqələr – məhsulun təhvil verilməsi üzrə tədbirlər, sifarişlərin sənədləşdirilməsi, ödəmə-hesablaşma əməliyyatlarının təşkili, məhsula mülkiyyət hüququnun sənədləşdirilməsi, firma və onun məhsulu haqqında istehlakçıları məlumatlandırmaq, habelə bazar haqqında informasiyanın toplanması;

– məhsulların nəqli – onların istehsalçıdan istehlakçıya fiziki yerdəyişməsi.

Firmanın öz məhsulunu reallaşdırmaqda tutduğu mövqeyə görə satışı, növləri üzrə, aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar (şəkil 15.1).

Təsnifləşdirmə əlaməti	Satışın növü	Satışın sxemi
1.Satış sisteminin təşkilinə görə	1.1.Birbaşa – istehsalçı tərəfindən son istehlakçıya məhsulun bilavasitə reallaşdırılması 1.2. Dolaylı – satış kanalında müstəqil ticarət vasitəçilərindən istifadə edilməsi	
2. Vasitəçilərin sayına görə	2.1. İntensiv satış – topdan və pərakəndəsət看 vasitəçilərinin sayının çoxluğuna nail olunması. Məqsəd: satışın genişləndirilməsi, əmtəənin istehlakçıya yaxınlaşdırılması. 2.2. Selektiv satış – vasitəçilərin sayının məhdudlaşdırılması. Məqsəd: satış kanalı üzərində nəzarətin saxlanması ilə birlikdə yüksək satış həcminə nail olunması 2.3. Xüsusi satış – vasitəçilərin məhdud (bir neçə) sayı Məqsəd: yüksək imicin (nüfuz tərzinin) və satış kanalı üzərində nəzarətin saxlanması	

Şəkil 15.1. Satış növlərinin təsnifatı

Təsnifləşdirmənin əsasən iki əlamətə söykənməsinə baxmayaraq, istehsal firması, kommersiya firması və istehlakçılar arasındakı münasibətlər müxtəlif növə və formaya malik ola bilər. Bu münasibətlərdə ən aktiv rol istehsalçı-firmaya məxsusdur ki, o, satış sistemini seçər-

kən, ilk növbədə, məhsulların göndərilməsində yarana biləcək riskləri nəzərə alır, həmçinin satış xərclərini və mənfəəti özü qiymətləndirir.

Müəssisədə (firmada) satış sisteminin təşkilinə görə birbaşa və dolayı satış fərqləndirilir. Birbaşa satış istehsalçı tərəfindən son istehlakçıya məhsulun bilavasitə reallaşdırılmasını, dolayı satış isə satış kanalında müstəqil kommersiya firmalarından istifadə edilməsini nəzərdə tutur.

Birbaşa satış sistemi məhsulun son istehlakçıya bilavasitə reallaşdırılmasını nəzərdə tutur. Deməli, istehsalçı və istehlakçı birbaşa satış kanalı birləşdirir. Bu sistemin fərqləndirici xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, firma-istehsalçı məhsulun son istehlakçıya qədər hərəkəti yoluna, həmçinin onun reallaşdırılması şərtlərinə nəzarət edir, kommersiya firması kimi də fəaliyyət göstərir. Lakin bu halda firma hazır məhsuldan ehtiyatların yaradılması ilə əlaqədar xeyli həcmdə xərclər çəkir və əmtəənin hərəkəti ilə bağlı riskləri öz üzərinə götürür, məhsulun son istehlakçıya bilavasitə çatdırılması üçün xeyli pul vəsaiti sərf edir.

İstehsal firması mövqeyindən bu sistemin üstünlüyü istehsal edilən məhsulun satışından mümkün gəlirin hamısının əldə etməsidir. Birbaşa satış kanalının kommersiya gəliri öz məhsullarının satış bazarını bilavasitə öyrənmək, istehlakçılarla mütəmadi olaraq sıx əlaqələr saxlamaq, məhsul haqqında onların rəyini bilmək, məhsulun keyfiyyətini yüksəltmək üçün tədqiqatlar aparmaq, reallaşdırma sürətinə təsir etmək imkanını artırır.

İstehsal firması özünəməxsus olan aşağıdakı struktur bölmələrindən istifadə edərək birbaşa satışını həyata keçirə bilər:

– yerli bazarı, rəqibləri tanıyan, istehlakçıların tələblərinə uyğun satış şərtləri və xidmətləri təklif edə bilən mütəxəssislərə malik regional satış filialları;

– hazır məhsuldan ehtiyatları yaratmadan sövdələşmələrin (əqd-lərin) bağlanması, bazarın öyrənilməsi, sifarişlərin yerinə yetirilməsi üzrə funksiyaları icra edən satış idarələri və ya xidmətləri;

– funksional vəzifələrinə, həm də məhsulun müştəriyə nümayişini həyata keçirməli olan, sövdələşmələr bağlamaq və ya bu hüquqa malik olmayan xüsusi agentliklər;

– pərakəndəsatış şəbəkəsi (köşklər, mağazalar, salonlar və s.).

Firma (müəssisə) əmtəələrin hərəkətini paylaşdırma (satış) kanalları ilə təmin edir. Paylaşdırma kanalları – əmtəələrin satış yerlərinə

çatdırılmasını təmin edən sistemdir. İstehsalçı ilə istehlakçı arasında kommersiya firmalarını nəzərdə tutan satış kanalları dolayı kanallar hesab edilir. Belə kanallar vasitəçilərin təcrübələrindən istifadəyə və ticarət şəbəkəsi ilə əməkdaşlığın müxtəlif formalarına əsaslanır. Burada firma satış üzrə xərclərin və risklərin əhəmiyyətli hissəsini müstəqil vasitəçilərin üzərinə qoyaraq əmtələrin hərəkəti üzərində nəzarəti azaldır və kommersiya gəlirinin bir hissəsini onlara güzəştə gedir. Həmçinin qarışıq kanallar da mövcuddur ki, yuxarıda qeyd olunan iki növ satış kanallarının ayrı-ayrı xüsusiyyətlərini özündə birləşdirir.

Əmtələrin hərəkəti onların müəyyən olunmuş vaxtda satış yerlərinə çatdırılması və alıcılara maksimum yüksək səviyyəli xidmət sistemidir. **Əmtələrin hərəkətinin planlaşdırılması dedikdə, onların fiziki yer-dəyişməsinə və xidmətlərə görə hüquqların istehsalçıdan istehlakçıya verilməsinə, o cümlədən onların nəqli, saxlanması və əqdlərin bağlanmasına münasibətdə qərarların qəbulu nəzərdə tutulur.**

Əmtələrin hərəkəti sisteminin səmərəlilik ölçüsü firmanın (müəssisənin) əldə etdiyi nəticənin onun xərclərinə nisbətidir. Əmtələrin hərəkəti sistemində əsas nəticə istehlakçılara xidmətin səviyyəsidir. Bu keyfiyyət göstəricisi bir çox amillərdən: sifarişin yerinə yetirilməsi və çatdırılması sürətindən, göndərilən məhsulun keyfiyyətindən, alıcılara məlumatların quraşdırılması ilə əlaqədar işlərin, satılmış məlumatların təmiri və alıcıların ehtiyat hissələri ilə təmin edilməsi üzrə xidmətlərin göstərilməsindən asılıdır. Xidmətin keyfiyyət göstəricilərinə, həmçinin nəqliyyatın səmərəli növünün seçilməsi, yola salınan əmtənin sifariş normasına uyğun partiyalarla göndərilməsi, əmtə ehtiyatlarının optimal həcmnin yaradılması və onların saxlanması üçün normal şəraitin təmin olunması, xidmətlərin göstərilməsi üçün əvvəlcədən razılaşdırılmış qiymət səviyyəsinə əməl olunması aiddir. Qeyd edilən amillərdən heç biri həlledici olmasada, onların hamısı istehlakçılara xidmət səviyyəsinə təsir göstərilir.

5. Firmanın kommersiya fəaliyyətinin təşkili

Marketing fəaliyyəti öz mahiyyətinə görə istehlakçıların, rəqiblərin, vasitəçilərin, ayrı-ayrı firmaların deyil, bütünlükdə iqtisadiyyatın mənafeələrini nəzərə alan bazar yönümlü idarəetmə konsepsiyası olmalıdır. Mərketingin mahiyyətini onun yerinə yetirdiyi funksiya-

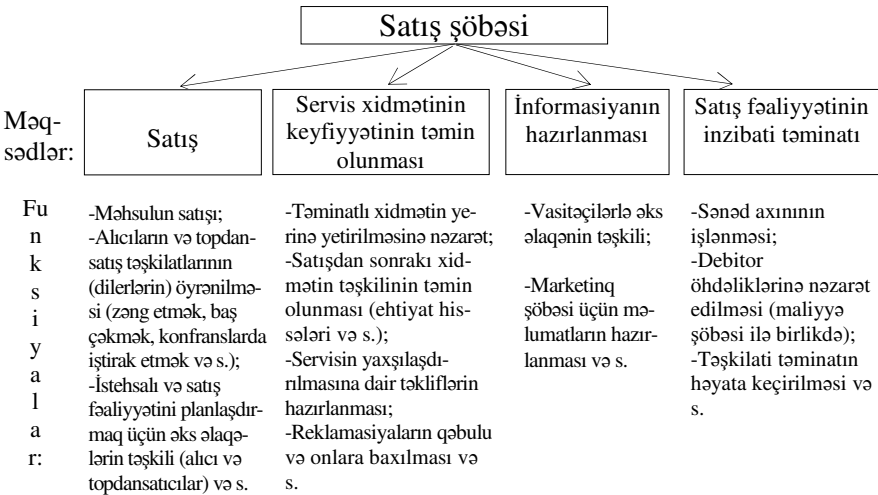
lar, nəzəri əsasını isə istehlakçının suverenliyi və habelə azad və rəqabətli mübarizə prinsipləri müəyyən edir.

Müasir dövrdə isə müəssisələrin (məhz müəssisələrin) marketing və satış proseslərinin təşkili arzu olunan səviyyədə deyil; onlar gündəlik operativ işlərlə məşğul olur, işçiləri sayca az və ixtisasları isə icra etməli olduqları işin xarakterinə uyğun gəlmir. Lakin bunların mərhələli deyil, birdəfəlik həlli məqsədilə ilk növbədə marketing və satış şöbələrinin paralel fəaliyyət göstərmələri məqbul sayıla bilməz; satış şöbəsinin funksiyalarının icrası marketing şöbəsinə həvalə olunmalıdır. Bu, bazar münasibətlərinə keçidin firmaya aid olan obyektiv tələblərindən biridir.

Hazır məhsulun reallaşdırılması üzrə kommersiya fəaliyyətinin təşkili üçün müəssisədə satış xidməti yaradılır. Məhsulun satışının təşkili marketing tədqiqatlarına əsaslanır.

Müəssisədə satış xidmətinin strukturu marketing strategiyasına uyğun olmalıdır. O, istehsalın təmərküzləşməsi (miqyası) və ixtisaslaşmasından, müəssisənin ərazicə yerləşməsindən və onun bölmələrinin təsərrüfat müstəqilliyindən, buraxılan məhsulun xüsusiyyətlərindən, müəssisənin işinin xarakteri və şərtlərindən asılıdır.

Müəssisənin satış şöbəsinin əsas məqsəd və funksiyaları aşağıdakı şəkildə verildi ki kimidir (bax: şəkil 15.2):

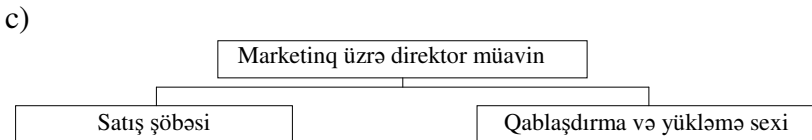
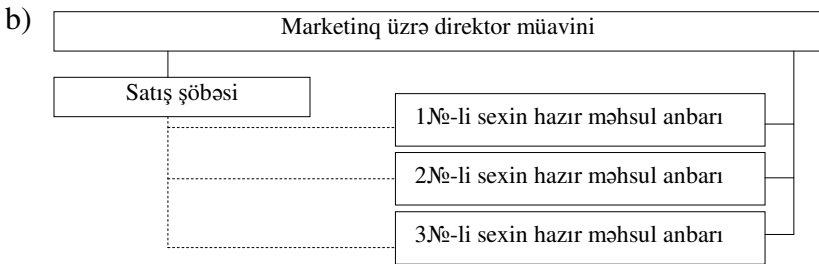
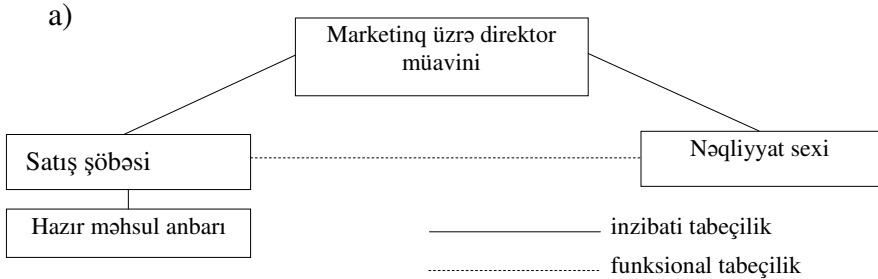


Şəkil 15.2. Satış şöbəsinin məqsəd və funksiyaları

Satış xidmətinin strukturuna həm idarəetmə, həm də istehsal bölmələri daxildir.

İdarəetmə bölmələrinə satış şöbələri (qrupları, büroları) aiddir. Satış şöbəsinə aşağıdakı bürolar (qruplardan, bölmələrdən) daxil edilə bilər: sifarişlər, tələbin öyrənilməsi, plan, əmtəə (operativ), müqavilələrin tərtibi bölməsi, ixrac, reklam, satılan məhsulun montajı, sazlanması və ona texniki xidmət bölməsi və başqaları.

İstehsal bölmələrinə hazır məhsul anbarları, hazır məhsulun dəstləşdirilməsi, konservasiyası (məsələn, çürüməkdən qorunması) və qablaşdırılması, qablaşdırmaq üçün taraların hazırlanması, malların yüklənməsi və yola salınması ilə məşğul olan sahələr aiddirlər.



Şəkil 15.3. Satış şöbəsinin mərkəzləşdirilmiş (a) və qeyri-mərkəzləşdirilmiş (b, c) formaları

Satış xidmətinin mərkəzləşdirilmiş və qeyri-mərkəzləşdirilmiş formaları fərqləndirilir. Mərkəzləşdirilmiş formada anbar təsərrüfatı bilavasitə satış şöbəsinin rəhbərinə tabe olur, qeyri-mərkəzləşdirilmiş formada isə anbar təsərrüfatı satış şöbəindən əlahiddə şəkildə olur (şəkil 15.3).

Hər bir konkret müəssisə üçün satış fəaliyyətinin mərkəzləşdirilməsinin optimal səviyyəsinin müəyyən olunması, satış xidmətinin müəssisənin digər bölmələri ilə dəqiq qarşılıqlı münasibətlərinin yaradılması, bir-birini təkrar edən funksiyaların aradan qaldırılması, satış xidməti daxilində vəzifələrin düzgün müəyyənəşdirilməsi vacibdir.

Marketing əsasında hazır məhsulun satışı funksiyalarının məzmununa üç istiqamət daxildir: planlaşdırma (proqnozlaşdırma), təşkilat və koordinasiya. Hər bir istiqamət də öz xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq bir neçə funksiyadan ibarətdir.

Satışın planlaşdırılmasına: daxili və xarici mühitin tədqiqi öyrənilməsi; məqsədlərin müəyyən olunması; konyunktura və tələb üzrə proqnozların hazırlanması; məhsulların reallaşdırılması proqnozlarının işlənməsi; hazır məhsulun göndərilməsi planlarının tərtibi; optimal təsərrüfat əlaqələrinin planlaşdırılması; məhsulun bölüşdürülməsi (satılması) kanallarının seçilməsi; əlavə xidmətlərin, xarici ticarət əməliyyatlarının, reklam fəaliyyətinin planlaşdırılması; satış və bölgünün idarəedilməsi üzrə xərclər smetasının tərtibi, mənfəətin (rentabelliliyin) planlaşdırılması məsələləri daxildir.

Satışın təşkilinə: tələb haqqında informasiyanın toplanmasının təşkili; məhsulun satışına dair istehlakçılarla təsərrüfat əlaqələrinin bağlanması; məhsulun reallaşdırılmasının forma və metodlarının, onun istehlakçılara çatdırılması üsullarının seçilməsi; məhsulun istehlakçıya göndərilməsi üçün hazırlanması; əmtəənin hərəkəti texnologiyası; informasiya-dispetçer xidmətinin hesabatlının hazırlanmasının təşkili; ticarət kommunikasiyalarının, hüquqi və iddia işlərinin təşkili; tələbin stimullaşdırılmasının və reklam fəaliyyətinin təşkili məsələləri aiddir.

Satış xidməti heyətinin işinə nəzarət və onun koordinasiyası: satış funksiyalarının reallaşdırılmasının marketing tədqiqatları

proqramına uyğunluğunun qiymətləndirilməsini; satış xidmətinin fəaliyyətinin, həmçinin satış fəaliyyətinin koordinasiyası və onun səmərəliliyinin artırılması üzrə tədbirlərin təhlilini; satışın stimullaşdırılması və reklam tədbirlərinin səmərəliliyinə nəzarət və onun qiymətləndirilməsini; taktiki nəzarəti; məhsulun göndərilməsinə, xarici ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsinə, müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə, hesabların vaxtında ödənməsinə nəzarəti; daxil olan sifarişlərə uyğun olaraq istehsal proqramının dəqiqləşdirilməsini; müqavilə öhdəliklərinin pozulmasına və hesabların vaxtında ödənilməməsinə görə istehlakçılar qarşısında iddiaların qaldırılmasını nəzərdə tutur.

Satışın planlaşdırılmasının ilkin mərhələsi müəssisənin fəaliyyətinin xarici və daxili şərtlərinin öyrənilməsidir. Çünki xarici şərtlərin dəyişməsindən asılı olaraq daxili şərtlərin dəyişdirilməsi zərurəti yaranır.

Məhsulun satışı ilə əlaqədar mövcud olan problemlər aşkar edilir və həmin problemlərin həllinə səbəb olan məqsədlər müəyyən olunur. Belə məqsədlərə: gəlirin və satışın həcminin, satış bazarında və topdansatış ticarət dövriyyəsində payın nəzərdə tutulmuş ölçüsünə nail olunması; optimal təsərrüfat əlaqələrinin müəyyən edilməsi; satış heyətinin işinin səmərəliliyinin artırılması; hazır məhsul ehtiyatlarının optimallaşdırılması; istehlakçılara göstərilən əlavə xidmətlərin səmərəliliyi; əmtəələrin hərəkətinin səmərəli qurulması; iddia işlərinin təsirinin gücləndirilməsi; məhsulun reallaşdırılmasının optimal kanallarının seçilməsi; nəqliyyat xərclərinin minimumlaşdırılması; satış üzrə bütün xərclərin optimallaşdırılması; müəssisənin xarici ticarət sövdələşmələrinin gəlirliyinin artırılması; müəssisənin reklam siyasətinin təsirliliyinin yüksəldilməsi; istehlakçıların tələblərinin stimullaşdırılması aiddirlər.

Müxtəlif firmalarda və ya müxtəlif dövrlərdə bir firmada qarşıya qoyulmuş məqsədlər, təbiidir ki, bir-birindən fərqlənə bilər.

Firmanın istər kommersiya, istərsə də bütövlükdə təsərrüfat fəaliyyətində tələb və konyunkturanın proqnozlaşdırılmasının böyük əhəmiyyəti vardır. Bu proqnozlar müəssisənin strateji kommersiya qərarları üçün əsas olur. Buna görə də, perspektivdə tələb və konyunkturada baş verəcək kəmiyyət və struktur-keyfiyyət dəyişi-

kliklərini nəinki görmək, həm də marketinq söyləri göstərərək bazarda yaranacaq problemlı vəziyyəti aradan qaldırmaq lazımdır.

Tələb və konyunktura proqnozları əsasında məhsulun reallaşdırılması proqnozları hazırlanır ki, bunlar da proqnoz dövründə kommersiya əməliyyatlarını aparmaq və cari reallaşdırma və gəlirlər planlarının tərtibi üçün bir növ baza rolunu oynayır.

Problem və konkret məqsədlər aydınlaşdıqdan sonra onların həlli yolları, mərhələləri və fəaliyyət ardıcılığı müəyyən olunur, yəni satış xidmətinin fəaliyyət planı (proqramı) tərtib olunur. Bu planın bölmələri qarşıya qoyulmuş məqsədlərə uyğun olmalıdır və ya olur.

Hazır məhsulun istehlakçılara qədər hərəkəti onların tələbləri nəzərə alınmaqla əmtəə hərəkətinin bütün elementlərinin optimal variantının axtarılması ilə təmin olunur.

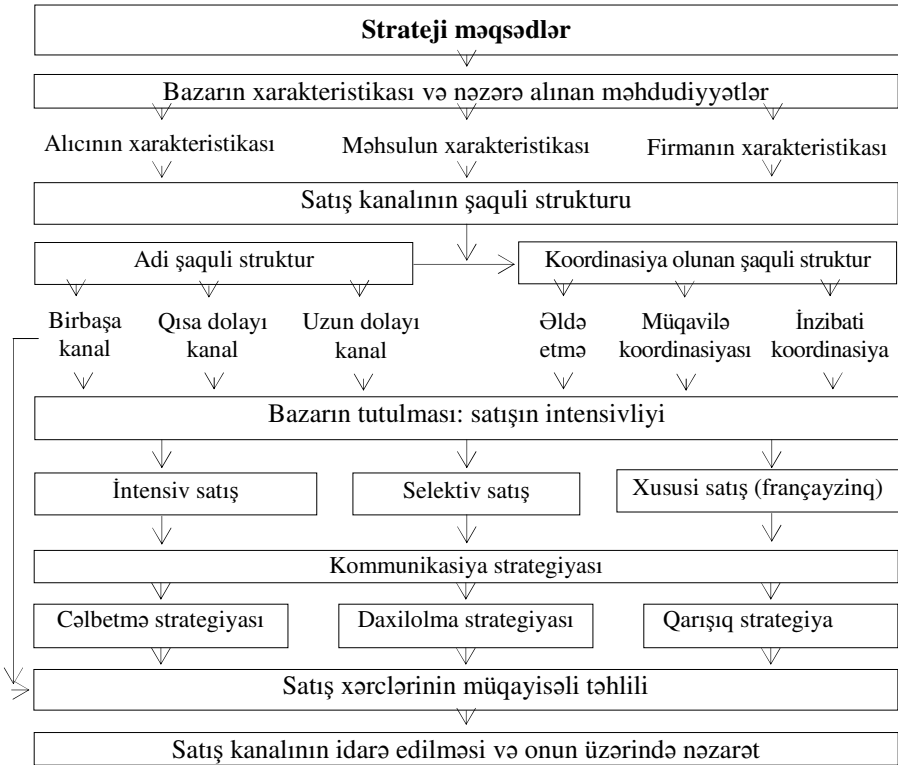
Hər bir elementin əmtəələrin hərəkəti sistemində öz yeri vardır. Buna görə də, nəqliyyatın növünə, məhsulun istehlakçılara çatdırılması marşrutlarına və s. görə əmtəələrin hərəkəti sisteminin bir neçə variantı hazırlanılır və onlardan ən optimalı seçilir.

6. Firma məhsulunun satışında vasitəçilərin rolu

Əmtəələrin hərəkətinin planlaşdırılmasının vacib xüsusiyyətlərindən biri ticarətin təşkili formasının düzgün seçilməsidir.

Bazarların böyük əksəriyyəti üçün məhsulun istehsalçısı ilə onun istehlakçısı arasında fiziki və (və ya) psixoloji məsafə o qədər çox və mürəkkəbdir ki, tələblə təklifi səmərəli əlaqələndirmək üçün vasitəçi tələb olunur. İstehsalçı, potensial alıcıların arzularına uyğun olan sərbəst mübadilənin tələblərindən yaranan öhdəlik və funksiyaları öz üzərinə götürmək iqtidarında olmadıqda – vasitəçilərin də daxil olduğu – satış şəbəkəsinin yaradılması zəruri olur. Firma, vasitəçilərə müraciəti nəticəsində kommersiya fəaliyyətinin müəyyən elementləri üzərində öz nəzarətini itirir.

Buna görə, də satış şəbəkəsinin (paylaşdırma kanallarının) seçilməsi – strateji qərardır və bu, məqsəd seqmentində arzu olunanlarla yanaşı, həm də firmanın öz məqsədlərinə də uyğun olmalıdır. Satış kanalları üzrə problemlərin həlli ardıcılığı aşağıdakı şəkildə verilmişdir (bax: şəkil 15.4).



Şəkil 15.4. Satış kanalları üzrə qərarların ardıcılığı

Satış şəbəkəsini, məhsul və xidmətləri fərdi istehlakçılar və firmaların sərəncamına vermək məqsədilə rəqabətli mübadilə prosesində iştirak edən tərəfdaşların birgə söylərilə formalaşdırılan struktur kimi müəyyən etmək olar. Bu tərəfdaşlara istehsalçılar, vasitəçilər və son alıcılar – istehlakçılar aiddirlər. **İstənilən satış şəbəkəsi mübadilənin həyata keçirilməsi üçün müəyyən funksiyaları həyata keçirir ki, bunlara da aşağıdakılar aiddir:**

- bazar segmentləşdirilməsinin nəticələrinin öyrənilməsi və reklamın planlaşdırılması;
- istehlakçılarla və ya vasitəçilərlə müqavilələr bağlamaq;
- müqavilələrin yerinə yetirilməsinin uçotunu aparmaq və ona nəzarət etmək;
- müştərilərə əmtəələrin göndərilməsini planlaşdırmaq;
- satış kanallarını müəyyən etmək;

- əmtələrin qəbulunu, saxlanması, qablaşdırılmasını, çeşidlərə ayrılmasını və istehlakçılara göndərilməsini təşkil etmək;
- məhsul satışının informasiya, resurs və texniki təminatını həyata keçirmək;
- satışı stimullaşdırmaq;
- istehlakçılarla əks əlaqələr yaratmaq və tənzimləmə.

Qeyd olunan funksiyaların yerinə yetirilməsi mübadilə prosesinin iştirakçıları arasında qarşılıqlı əks istiqamətlərə yönəldilmiş kommersiya axınlarının yaranmasına səbəb olur. **Satış kanalında bütünlükdə beş tip axın olur:**

- **mülkiyyət hüququnun axını:** məhsula olan mülkiyyət hüququnun bir mülkiyyətçidən digərinə keçməsi;
- **fiziki axın:** məhsulların ardıcıl olaraq vasitəçilər tərəfindən istehsalçıdan son istehlakçıya fiziki yerdəyişməsi;
- **sifarişlər axını:** alıcılardan və vasitəçilərdən alınan sifarişlərin istehsalçıya istiqamətləndirilməsi;
- **malıyyə axını:** son istehlakçılardan istehsalçıya və vasitəçilərə müxtəlif ödəmələrin hərəkət etdirilməsi;
- **informasiya axını:** bu axın iki istiqamətdə yayılır – bazar haqqında informasiya istehsalçı istiqamətində, istehsalçı və vasitəçilər tərəfindən təklif edilən məhsullar haqqında informasiyalar isə istehlakçılar istiqamətində hərəkət edir.

Beləliklə, satış kanalı funksiyaların və axınların mübadilə iştirakçıları arasında bölüşdürülməsini nəzərdə tutur. **Firma nöqtəyi-nəzəridən qeyd edilən funksiyaların vasitəçilərə verilməsi o zaman məqsəduyğun olur ki, onlar bu funksiyaları istehsalçıya nisbətən daha səmərəli yerinə yetirirlər.** Bu əsasən beş amillə müəyyən olunur:

- əlaqələrin sayının azalması;
- miqyasa görə qənaət;
- funksional uyğunsuzluğun azalması;
- çeşidin genişləndirilməsi;
- xidmətin yaxşılaşdırılması.

Əlaqələrin sayının azaldılması satışın topdansatış ticarəti vasitəsilə təşkili yolu ilə təmin edilir. Məsələn, əgər 3 istehsalçı və 5 istehlakçı varsa, onda məhsul satışının aşağıdakı mümkün iki ən sadə sxemi vardır:

– vasitəçilərsiz, birbaşa satış – bu zaman hər bir istehsalçı bütün istehlakçılarla əlaqədardır, burada əlaqələrin sayı $3 \times 5 = 15$ olacaqdır;

– satış vasitəçilər tərəfindən həyata keçirildikdə isə, hər bir istehsalçı və istehlakçı vasitəçinin köməyi ilə əlaqə yaratdığından əlaqələrin sayı $3 + 5 = 8$ -ə bərabər olacaqdır. Satışın bu cür sxemi mərkəzləşdirilmiş satış adlanır və tələb ilə təklifin əlaqələndirilməsini təmin edən hərəkətlərin sayını azaldığından daha səmərəli olur.

Satış əməliyyatlarının miqyasına görə qənaət çoxlu istehsalçının təkliflərinin qruplaşdırılması hesabına əldə olunur. Vasitəçi istehsalçıya nisbətən müəyyən satış funksiyasını daha böyük həcmdə yerinə yetirmək imkanına malikdir. Məsələn, topdansatış firmasının ticarət nümayəndəsinin xərcləri bir neçə istehsalçı üzrə bölüşdürülə bilər. Nəticədə, satış funksiyasının yerinə yetirilməsinə çəkilən xərclər istehsalçının öz ticarət heyətinə malik olduğu varianta nisbətən az olur.

Məhsul göndərənlərlə sifarişçilər arasında funksional uyğunsuzluqların azaldılması da vasitəçilərlə satışın təşkili hesabına təmin edilir. İri həcmdə məhsulları alaraq, onların saxlanması təmin edərək və xırda partiyalara bölərək topdansatış və pərakəndəsətış satıcılar, istehsalçılara və istehlakçılara məhsul tədarükünün özlərinə sərfəli həcmi ilə işləmələrinə imkan yaradırlar. Vasitəçilərsiz istehsalçı ayrı-ayrı istehlakçılardan alınan sifarişlərin həcminə uyğunlaşmaq məqsədilə məhsul buraxılışını kiçik partiyalarla həyata keçirmək məcburiyyətində qalırlar. Bundan başqa, o, irihəcmli ehtiyatlar da yaratmalıdır. Əgər bir təşkilat iki müxtəlif fəaliyyət növünü, məsələn, optimal miqyası müxtəlif olan istehsal və satışı öz üzərinə götürürsə, onda o, bu fəaliyyət növlərindən birini optimal səviyyədə aşağı və ya yuxarı səviyyədə həyata keçirməli olur. Bu da optimal səviyyələrə nisbətən xərclərin yüksək olması ilə nəticələnir.

Əmtələrin çeşidinin yaxşılaşdırılması – istehlakçıların tələblərindən biridir. İstehsalçı tərəfindən təklif edilən çeşid istehsalın ixtisaslaşma istiqaməti ilə, istifadə edilən xammal və materiallarla, texnoloji biliklərlə və s. ilə, istehlakçını maraqlandıran çeşid isə istehlak şəraiti və məhsulun qarşılıqlı əvəzölünə bilməsi ilə müəyyən olunur. Adətən istehlakçılara məhdud miqdarda müxtəlif məhsullar lazım olur, istehsalçılar isə məhdud çeşiddə böyük həcmdə məhsullar buraxırlar. Bu baxımdan vasitəçilərin rolu istehlakçıların bir sövdələşmə-

də az vaxt və əmək sərf edərək müxtəlif məhsullar əldə etməsinə imkan yaratmasından ibarətdir.

İstehlakçılara xidmətin səviyyəsi bu işlə vasitəçi məşğul olduqda daha da yüksək olur. Çünki o, istehlakçıya daha yaxındır, yerli şəraiti və məhsulun tətbiqi şərtlərini daha yaxşı bilir.

Ticarət vasitəçiləri bağlanmış müqavilənin şərtlərinə uyğun əmtəələrin alıcı və satıcılarına kömək göstərməyi öhdəlik götürən hüquqi və ya fiziki şəxslər olurlar. Ticarət vasitəçilərinə agentlər, dilerlər, distributerlər (bölüşdürücülər), kommivoyajerlər (firmanın ticarət agentləri) aiddirlər. Buna uyğun olaraq vasitəçi firma və təşkilatların müxtəlif növləri mövcuddur. Bunlara təchizat-satış, topdan-satış – vasitəçi, pərakəndəsətış firma və müəssisələr, pərakəndəsətış və topdansatış mağazalar, kommersiya mərkəzləri, ticarət evləri, agent firmaları aid edilə bilər.

Ticarət agentləri – müəssisənin vəsaiti və mənafeyi hesabına məhsulun reallaşdırılması üzrə sövdələşmələri həyata keçirən hüquqi və fiziki şəxslərdir. Agentlə müəssisə arasındakı münasibətlər xüsusi müqavilə ilə tənzimlənir. Bu halda agentlik fəaliyyəti kommersiya xarakterinə malikdir, çünki o, müstəqil kommersant kimi müəssisə tərəfindən etibarnamə əsasında fəaliyyət göstərir. Bu zaman agent tərəfindən bağlanmış sövdələşmələr üzrə hüquq və vəzifələr müəssisəyə aid olur və öhdəlik qüvvəsinə malik olur. Agent öz fəaliyyətinə görə haqq alır. Bu haqqın ölçüsü, adətən müəssisə üçün sövdələşmənin son nəticələrindən asılı olmayaraq bağlanmış sövdələşmənin həcmindən faiz formasında müəyyən edilir.

Kommersiya ticarəti xarici ölkədə yerləşən anbarlardan məhsulların satışı üzrə sövdələşmələrin bağlanmasını nəzərdə tutur. Bu cür ticarətdə konsiqnant və konsiqnator iştirak edir. Konsiqnant xarici ölkədə yerləşən anbardan konsiqnasiya ticarətinin təşkili üzrə tapşırıq verən müəssisədir. Bu halda müəssisə reallaşdırılan məhsulun nomenklaturasını, bu məhsulların satılacağı ərazini və minimal qiymətini dəqiq müəyyən etməlidir. Qeyd edilənlərlə yanaşı müəssisə razılaşdırılmış nomenklaturada, çeşiddə və miqdarda, məhsulları konsiqnasiya anbarına vaxtında göndərməli, həmçinin anbar xərclərini ödəməlidir. Konsiqnant məhsul satılana qədər və ya bu məhsula görə pul vəsaitləri müəssisənin hesabına daxil olana qədər onun sahibi olaraq qalır.

Konsiqnator öz adından və konsiqnantın hesabına konsiqnasiya ticarətinin təşkili üzrə tapşırığın yerinə yetirilməsini öhdəsinə götürən fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Konsiqnatorun funksiyalarına ticarətin təşkili, yerin hazırlanması, məhsulun sığortalanması və qorunması daxildir. Onun gəliri məhsulun satış həcmindən asılıdır və ya məhsulun müəssisə tərəfindən təyin edilmiş minimal qiyməti ilə onun satış qiyməti arasındakı fərq kimi müəyyən edilir. Konsiqnator məhsulun mülkiyyətçisi deyildir və onun fəaliyyətinin şərtləri əks olunduğu müqavilə əsasında fəaliyyət göstərir.

Dillerlər, agentlərdən fərqli olaraq ticarət əməliyyatlarını öz adlarından və öz hesablarına həyata keçirirlər. Məhsulun satışı sistemində onlar bilavasitə məhsulun istehlakçıları ilə işləyirlər.

Müstəqil topdansatış vasitəçisi olan distribyuterlər də son istehlakçılarla işləyirlər. Distribyuter məhsulların satışı və istehsal istehlakına hazırlanması xidmətlərini göstərməklə, onların pərakəndəsətış firmalarına və mağazalarına, həmçinin sənaye müəssisələrinə, kooperativlərinə satılması məqsədilə məhsulların bölüşdürülməsi fəaliyyətini həyata keçirirlər. Distribyuter və onun sifarişçisi arasında münasibətlər müqavilə əsasında qurulur və bu müqavilədə reallaşdırılan məhsulun topdansatış qiymətinə distribyuterin alacağı ticarət əlavəsinin məbləği əlavə olunur.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Marketing fəaliyyətinin mahiyyətini izah edin.
2. Marketing fəaliyyətinin hansı metodları vardır?
3. Bazarın seqmentləşdirilməsi hansı əlamətlər üzrə həyata keçirilir?
4. Firmada marketingin funksiyalarına nələr daxildir?
5. Firmada marketing xidməti hansı prinsiplər əsasında təşkil olunur?
6. Firmanın satış siyasətinin əsas elementlərini izah edin.
7. Firmada satışın təşkili hansı formalarda həyata keçirilir?
8. Firmada satış şöbəsinin funksiyalarına nələr daxildir?

Fəsil 16. Firmada maddi-texniki təminat

1. Maddi-texniki təminatın iqtisadi mahiyyəti
2. Firmada maddi-texniki təminatın funksiyaları
3. Firmanın material və avadanlığa tələbatının hesablanması
4. İstehsal ehtiyatlarının normalaşdırılması və idarə edilməsi
5. Firmada maddi-texniki təminatın formaları
6. Lizing təchizatın xüsusi forması kimi

1. Maddi-texniki təminatın mahiyyəti

İqtisadiyyatın aramsız inkişafı üçün bütün istehsallar fasiləsiz olaraq təkrarlanmalıdır. Mütəmadiyin xas olduğu istehsal prosesi daimi və vaxtlı-vaxtında zəruri miqdarda və keyfiyyətdə istehsal vasitələri ilə təmin edilməlidir.

Firmada istehsalın – onun ehtiyacları müqabilində–material resursları və texniki vasitələrlə (məşın, avadanlıq, nəqliyyat vasitəsi, ehtiyat hissəsi və s.) keyfiyyətli dərəcədə təmin edilməsi “maddi-texniki təminat” adlanan bir prosesin mütəşəkkillik səviyyəsi ilə müəyyən olunur.

Düzgün və elmi əsaslarla təşkil edilən maddi-texniki təminat istehsalın birqərarda işləməsinə şərait yaradır, məhsulun maya dəyərini aşağı salır, əmək məhsuldarlığı, keyfiyyət və rentabellik kimi göstəricilərin səviyyəsini yüksəldir. Maddi-texniki təminatda ahəngdarlıq istehsalın ahəngdarlığı üçün həlledici amil rolunu oynayır; maddi – texniki təminatın təşkilində yol verilmiş hər hansı bir səhv müəssisə və ya firmanın təsərrüfat fəaliyyətinə mənfi planda təsir göstərir.

İstehsal üçün zəruri olan material resurslarının dövriyyəsinin sürətləndirilməsi, istehsal amilləri ilə yanaşı, maddi-texniki təminatın mütəşəkkillik səviyyəsindən də çox asılıdır. Başqa sözlə, istehsal fondlarının dövr sürətlərinin artırılması, onların pul forma-

sından məhsuldar kapital formasına ləngidilmədən keçirilməsi və habelə məhsuldar fondun səmərəli (dövriyyə fondlarının) və gərgin (istehsal əsas fondlarının) istifadəsi istehsalın iqtisadi səmərəliliyini xarakterizə edən həm xüsusi, həm də ümumi göstəriciləri yaxşılaşdırır.

İstehsal firmasının özünə məxsus olan xidmət sahələrindən (təmir, nəqliyyat, anbar, alət və s.) heç birinin rolunu azaltmadan onun (firmanın) iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsində maddi-texniki təminatın müstəsna rolu xüsusi qeyd olunmalıdır.

Firmada maddi-texniki təminatın əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

- material resurslarını ən səmərəli yolla əldə etmək, istehsalı xammal və materiallarla bircərdə, tam və vaxtında təmin etmək;
- materialların düzgün qonub saxlanmasını təşkil etmək;
- maddi-texniki təminat xidmətinin strukturunu təkmilləşdirmək;
- məhsulqöndərənlərlə səmərəli təsərrüfat əlaqələrini qurmaq;
- maddi-texniki təminat planlarını tərtib etmək və s..

Firma və müəssisələrin çoxunda maddi-texniki təminat xidməti materiallara tələbatın hesablanması və uçotu, materialların alınmasının təşkili, materialların qəbulu, material ehtiyatlarına nəzarət, istehsalın materiallarla təmin edilməsi, alışın dəyərini təhlili, xammal bazarında müşahidələr, təminatın təşkilinin təkmilləşdirilməsi və s. bu kimi işləri həyata keçirir. Maddi-texniki təminat marketinq, maliyyə, anbar təsərrüfatı, nəqliyyat təsərrüfatı və s. xidmətlərlə sıx əməkdaşlıq şəraitində həyata keçirilir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində material resurslarının istehsalçıdan istehlakçıya hərəkətinin təmin olunmasında əsas mərhələlərdən biri kontraktların bağlanmasıdır. Lakin hələ bundan əvvəl material resurslarının “yerdəyişmə” prosesi gərgin axtarışlar və araşdırmalar şəraitində baş verir; həm istehsalçı və həm də istehlakçı firmalar sövdələşmələr zamanı qarşılıqlı maraq doğuran bütün incəlikləri nəzərə alırlar. **Maraqlıdır ki, hətta bəzən rəqabətin mühüm tərkib hissəsi olan qiymət amili o qədər də əhəmiyyət kəsb etmir.** Belə ki, eyni təyinatdan olan əmtənin müxtəlif istehsalçıları öz istehsallarında yenilik etməyə nail ola bilmirlərsə, onda həmin əmtənin bazar qiyməti dəyişməz qalır. Məhz belə halda rəqabətin digər amilləri – əmtənin keyfiyyəti, istehlakçıya xidmət

mədəniyyəti və s. onun (rəqabətin) əsas ünsürlərinə çevrilirlər. Buna səbəb – firmanın məhsulu olan istehsal vasitələrinin texniki xarakteristikasına, təklifin keyfiyyət quruluşundakı dəyişikliyə çevik şəkildə reaksiya vermək, öz alıcısını itirməmək və dəyanətli bazar yaratmaq meylidir.

Firmalar istehsal vasitələrini, onlara göndərəcək firma və ya təminat-satış təşkilatlarını və habelə vasitəçilərini seçmək işinə çox ciddi yanaşırlar. Belə ki, onlar hələ sövdələşmə prosesinin əvvəlində öz “tərəf-müqabillərini” ətraflı şəkildə öyrənirlər.

Məhsulgöndərənlərin rəsmi və ya qeyri-rəsmi öhdəlik götürmələri sifarişçi firmanı qane etmir, o, alacağı istehsal vasitələrinin keyfiyyətinə dair həqiqi zəmanət tələb edir. Hətta bəzən məhsul alan firmalar istehsalın texniki, sənaye-istehsal heyətinin ixtisas səviyyələrini, məhsulun keyfiyyətini yerində öyrənmək məqsədilə öz mü-təxəssislərini məhsul istehsal edən və ya satan kommersiya firmasına ezamiyyə edirlər.

Məhsul göndərən firma bir çox hallarda öz məhsullarını istehlakçı firmaya uzunmüddətli zəmanətlə verir, bəzən onu satmır, icarəyə verir. İstehsalçı firmanın bundan məqsədi istehlakçını itirməmək, rəqabət mübarizəsində qalib gəlmək və ya ona davam gətirmək istəyidir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində firma və müəssisələrdə maddi-texniki təminatın iqtisadi səmərəliliyinin əsasını minimal qiymətlə (xərclə) qənaətbəxş keyfiyyətdə zəruri materialların axtarışı və alışı təşkil edir. Bazarın öyrənilməsində qiymət məsələsi həlledici, keyfiyyət isə müəyyənədicidir. Lakin buna baxmayaraq, digər amillər, o cümlədən də təminat xərcləri və göndərişin müddətinin təhlili böyük əhəmiyyət kəsb edir. Təminat xərclərinin əmək və fondtutumlu sahələrdə, digər sahələrlə müqayisədə, xüsusilə, materialtutumlu sahələrdə ümumistehsal xərclərinə təsiri böyük olmasa da, maddi resursların əldə edilməsinə çəkilən məsrəflər – bir çox hallarda – istehsal və satış strategiyasını müəyyənləşdirməkdə meyar rolunu oynaya bilər.

Qərb ölkələrinin maddi-texniki təminatın təşkili təcrübəsində məhsulgöndərənlər və bank sferası ilə münasibətləri yaxşılaşdıran, həmçinin istehsal şəraitini daha da əlverişli edən, rəqabət mübari-

zəsinə davam gətirməyə şərait yaradan bir sıra «ümumi qaydalar» və ya tövsiyələr işlənib hazırlanmışdır. Bu özünəməxsus məcəllə, hər şeydən öncə, əməkdaşlığın etik normalarını xarakterizə edir. Bunu qısaca olaraq aşağıdakı kimi vurğulamaq olar: bütün digər şərtlərin sabit qaldığı şəraitdə **istehsala hazırlığın və istehsal prosesinin müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsinin özülündə bir tərəfdən sahibkarlar, digər tərəfdən isə kreditorlar və məhsulgöndərənlər arasında davamlı, etibarlı iqtisadi münasibətlər durur.** İstehsal fəaliyyətilə məşğul olan zaman kreditorlarla münasibətə xüsusi diqqət göstərmək lazım gəlir, belə ki, onların etibarlılığı və əməkdaşlıqda köməyə inamlı mövqeləri müəssisə üçün çox önəmli olur.

Müəssisədə maddi-texniki təminatın mükəmməliyinə yalnız yuxarıda sadalanan xarici amillər deyil, həm də digər struktur bölmələrin fəaliyyətinin optimallığı və onların məqsədləri ilə bağlı olan daxili prioritetlər də təsir göstərir ki, bu da firmanın ayrı-ayrı struktur bölmələri arasında iqtisadi kompromislərin axtarışını zəruri edir.

Bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar olaraq Qərbi ölkələrinin maddi-texniki təminat işindəki təcrübələri respublikanın müəssisə və firmaları tərəfindən "təqlid" edilməli və tətbiq olunmalıdır.

Maddi-texniki təminat prosesi makroiqtisadi səviyyədə təchizat və satış proseslərilə vəhdətdə olur. Onları bir-birindən ayırmaq mümkün deyil. Bu iki prosesi yalnız mikroiqtisadi səviyyədə – ayrı-ayrı müəssisələr miqyasında bir-birindən ayırmaq mümkündür. Müəssisə miqyasında təchizat və satış müxtəlif fəaliyyət növləridir. Başqa sözlə, iqtisadiyyatın, məsələn, metalla təchizi, həm də o deməkdir ki, iqtisadiyyata metal satılır. Lakin müəssisə metalla təchiz edilirsə, müəssisə yenidən metal sata bilməz, onun satdığı başqa bir istehlak dəyəri olur.

Maddi-texniki təchizat və satış proseslərinin mikroiqtisadi səviyyədə fərqli cəhəti ondan ibarətdir ki, təchizat istehsal vasitələrini istehlak edən sahələrlə, satış isə onları istehsal edən sahələrlə əlaqədardır. Yəni, əgər satış prosesi istehsalçı müəssisələrin istehsal etdikləri məhsulların satışı prosesini həyata keçirirsə, təchizat isə istehlakçı müəssisələri zəruri istehsal vasitələri ilə təmin edir. Bu məqsədlə maddi-texniki təminat istehsalçı müəssisələrdən is-

tehsal vasitələrinin alınmasını, qəbulunu və saxlanmasını, istehsal istehlakına hazırlanmasını və istehsala verilməsini təşkil edir, həyata keçirir.

2. Firmada maddi-texniki təminatın funksiyaları

Müəssisə və ya firmanın istehsal vasitələri ilə təchizatı onların təminat xidmətləri tərəfindən icra edilir. Onlar bilavasitə istehsal üçün zəruri olan istehsal vasitələrinin optimal həcmi müəyyən edir, müəssisənin istehsal vasitələri ilə vaxtlı-vaxtında və fasiləsiz təmin edilməsini həyata keçirirlər. Bundan əlavə, maddi resursların tədarük edilməsi, daşınması və qorunub saxlanılması tədbirlərinin az məsrəflə başa gəlməsi, xammal və materiallardan səmərəli istifadə edilməsi də məhz həmin orqanların işindən bilvasitə asılı olur.

Firmaların təminat xidmətinin təşkilat quruluşu istehsalın miqyası və xarakteri, buraxılan məhsulların həcmi və çeşidi, istehsalın ixtisaslaşma səviyyəsi və kooperasiyalaşması miqyası, istehlak edilən material resurslarının həcmi və nomenklaturası ilə müəyyən edilir.

Maddi-texniki təminat xidmətinin əsas vəzifəsi az məsrəflə müəssisəni lazım olan yüksək keyfiyyətli material resursları ilə vaxtlı-vaxtında və dəst halında təmin etməkdir. Bu vəzifəni yerinə yetirmək üçün müəssisənin təminat xidməti – konkret olaraq – bir sıra məsul funksiyaları icra edir. Bunlar aşağıdakılardan ibarətdir:

- istehsal bölmələrində məhsul istehsalına lazım olan xammal və materiallara tələbatın – sifarişlərin müəyyən edilməsi;
- material resurslarına sifarişləri yoxlamaq üçün ümumiləşdirici hesablamaların aparılması və yekun sifarişlərin tərtibi;
- müəssisəyə lazım olacaq materialların təfsilləşdirilmiş (müfəssəl) siyahısını tərtib edib, onların seçilmiş və kontrakt imzalanacaq firmalar üzrə yerləşdirilməsi;
- səmərəli təminat formasının seçilməsi və onun iqtisadi cəhətdən əsaslandırılması;
- məhsul göndərənlər tərəfindən kontrakt şərtlərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət olunması;
- material resurslarının müəssisəyə gətirilməsi, qəbulu və qorunub saxlanılması işləri üzrə nəzarətin təşkil edilməsi;

– istehsal ehtiyatlarının normativinə nəzarət, materialların istehsal istehlakı üçün hazırlanması və onların əsas istehsal sexlərinə verilməsi işlərinin təşkili.

Yuxarıda göstərilən funksiyaların yerinə yetirilməsində firmanın maddi-texniki təminat xidməti onun istehsal bölmələri, müstəqil kommersiya firmaları, habelə, məhsulgöndərənlərlə qarşılıqlı əlaqələr yaradır və birgə fəaliyyət göstərir.

Göstərilən funksiyaların ən əsası material resurslarının alınmasıdır. Çünki materialların alınması maddi-texniki təminat işinin əsas və ən məsuliyyətli tərəfidir. Sonrakı funksiyaların keyfiyyətli, səmərəli icrası istehsal vasitələrinin alınmasındakı uğurlardan asılı olur. Məhz bu səbəbdəndir ki, firmaların (müəssisələrin) əksəriyyətində material resurslarının alınması ilə məşğul olan xüsusi şöbələr fəaliyyət göstərir. Firmanın maddi-texniki təminat xidmətinin tərkib hissəsi olan alış şöbəsi firma ilə onun məhsulgöndərənləri arasında, özünün zəruri sayda agentləri ilə birlikdə, əlaqələndirici bir bölmədir.

Materialların alınması xidmət funksiyasıdır və bunsuz firmanın həm bütünlükdə, həm də onun ayrı-ayrı istehsal bölmələrinin fəaliyyəti qeyri-mümkündür. Öz növbəsində, alış şöbəsinin işi istehsal bölmələrinin verdikləri məlumatlardan xeyli dərəcədə asılı olur. **Çünki istehsal, əgər bir tərəfdən, müəssisəyə material axınının son məntəqəsidirsə, digər tərəfdən, materiallara tələbatın həcminin müəyyən edildiyi ilkin mərhələdir.** Beləliklə, müəssisənin maddi-texniki təminatı və istehsalı daimi qarşılıqlı əlaqədə və təsirdə olan proseslərdir, eyni məqsədin müxtəlif tərəfləridir.

Firma və müəssisənin maddi-texniki təminat işi başlanğıcından sonuna qədər ardıcıl olaraq bir neçə mərhələni özündə birləşdirir. Bunlar aşağıdakılardır:

I mərhələ – sifarişlər zənbilinə (istehsal proqramına) və məsrəf normalarına görə material resurslarına tələbatın müəyyən edilməsi.

II mərhələ – təfsilləşdirmə (spesifikasiya) sənədinin tərtibi, zəruri materialların texniki xarakteristikasının hərtərəfli müəyyən olunması.

III mərhələ – potensial məhsul göndərənlərin siyahısının işlənib hazırlanması.

IV mərhələ – istehsal-texniki təyinatlı əmək məhsulunun qiyməti, keyfiyyəti, məsafənin yaxınlığı, istehsalçının etibarlılığı parametrlərinə görə məhsulgöndərənlərdən (və ya vasitəçilərdən) ən əlverişlisinin seçilməsi.

V mərhələ – seçilmiş məhsulgöndərənə (və ya vasitəçi ilə) danışıqların aparılması və kontraktın bağlanması.

VI mərhələ – material resurslarının tədarükü prosesində məhsulgöndərənə istehlakçının qarşılıqlı fəaliyyəti.

VII mərhələ – firma və müəssisənin material resurslarına tələbatının təmin edilməsi.

VIII mərhələ – sexlərin, bilavasitə iş yerlərinin materiallarla təchizinin təşkili.

Qeyd etmək lazımdır ki, sadalanan mərhələlərdən hər hansı birində yol verilən səhv, nəticə etibarilə, müəssisənin material resursları ilə təminatı işini pozacaqdır. Öz-özlüyündə aydındır ki, məsələn, 7-ci mərhələdə buraxılan səhv yalnız 8-ci mərhələdə təkrar olunacaqdır. Lakin 1-ci mərhələdə yol verilmiş səhv özündən sonrakı mərhələnin hamısında özünü büruzə verəcəkdir; 7-cı mərhələdə yol verilən səhvin düzəldilməsi 1-ci mərhələdə buraxılmış səhvin aradan qaldırılmasından az əməkutucludur və nisbətən asandır.

Materiallara illik tələbatın həcmi və onların daxil olması müddətlərinin ardıcılığı müəssisənin istehsal proqramından asılı olur və sonuncu da öz növbəsində bazarın əvvəlcədən öyrənilməsinin nəticələrinə əsaslanır. Müəssisələrin əksəriyyəti istehsal proqramını həyata keçirməyin iki yolundan birini seçir: ya ciddi, ancaq heç də həmişə iqtisadi cəhətdən səmərəli olmayan təminat, ya da iqtisadi cəhətdən sərfəli material tədarükünə əlavə vaxt sərfilə əlaqədar olaraq məhsul buraxılışını gecikdirmək. Qeyd edilən yollardan hansının seçilməsi müəssisənin maddi-texniki təminat işlərində əsaslandığı strategiyadan, spesifik xüsusiyyətlərindən və onun missiyasından çıxış edərək əsaslandırılmasıdır.

Bazarı öyrənərkən və hər hansı bir məhsulgöndərən üzərində dayanan, daha doğrusu, onu seçən təminat bölməsi müəssisənin konkret məhsulgöndərmənin həcminə olan tələbatını müəyyənələşdirməli və, bu işə, ehtiyatların idarə edilməsi strategiyasına əsaslanmalıdır. Tələbatın müəyyənələşdirilməsi hər şeydən əvvəl

məhsulların keyfiyyət və kəmiyyətinə görə, əsasən, iki metodla həyata keçirilir: sifarişlər və məsrəflər əsasında tələbatın planlı şəkildə müəyyənləşdirilməsi. Birinci halda müəssisə ona verilən sifarişləri təhlil edir və bu sifarişləri vaxtlı-vaxtında və keyfiyyətlə yerinə yetirmək prinsiplərini əsas götürərək konkret məhsulgöndərmələr üçün müqavilələr bağlayır.

Tələbatın müəyyənləşdirilməsinin məsrəf metodunda isə müəssisə əvvəlki illərin faktiki məlumatlarına görə həmin illərdə məhsulgöndərmələrə çəkilən məsrəflər əsasında cari dövr üçün eyni məqsədlə bəzi kənarlaşmaları nəzərə alaraq məsrəflərin kəmiyyətini hesablaya bilir.

Müəssisələrdə təminat xidmətinin mühüm funksiyalarından biri məhsulgöndərən müəssisələrin seçilməsidir. Belə seçim hazırda müxtəlif yollarla həyata keçirilir. Məhsulgöndərən seçilməsi məhsul alınmasına məsuliyyət daşıyan ticarət agentinə həvalə oluna bilər. Bu zaman ticarət agent, hər şeydən əvvəl, daha sərfəli satınalma qiymətinə istinadən sifarişlər verir, onun yerinə yetirilməsinə nəzarət edir və meydana çıxan problemlərin həllinə çalışır.

Digər bir metod isə məhsulgöndərmələrə tələbatın və mümkün satınalma variantlarının kollegial müzakirəsindən ibarətdir. Təhlil müəssisənin həm alış şöbəsində, həm də adı çəkilən şöbənin istehsal və keyfiyyətə nəzarət bölmələri ilə qarşılıqlı fəaliyyət səviyyəsində aparılır.

Nəhayət, başqa bir yol, əsasən müəssisənin materiala tələbatını yeni, hələ yaxşı öyrənilməmiş bazar vasitəsilə ödəyərkən tətbiq olunur. Belə vəziyyət müəssisə üçün prinsipdə yeni xammal, material və ya dəstləşdirici məmulatlara tələbatın yaranması nəticəsində meydana gəlir. Belə bir ehtiyac, əsasən, yeni məhsulun mənimsənilməsi, istehsalın diversifikasiyası və habelə alınan məhsulları idxal edərkən və ya onları ətraflı öyrənilməmiş regionlardan əldə edərkən yaranır.

Müəssisədə potensial məhsulgöndərənlərdən maddi resursların alınması və qiymətləndirilməsi qaydası müxtəlif formalarda təşkil oluna bilər. Onlardan ən çox yayılanı və səmərəlisi aşağıdakılardır:

- müsabiqə (tender) yolu ilə ticarət;
- məhsulgöndərən və istehlakçı arasında yazışmalar formasında danışıqlar.

Müsabiqə (tender) yolu ilə ticarət – potensial məhsulgöndərəninin axtarılmasının geniş yayılmış formasıdır. Ticarət müsabiqələri o halda keçirilir ki, müəssisə böyük həcmdə xammal, material və dəstləşdirici məmulatlar almağı və ya təchizatçılarla uzunmüddətli əlaqələr qurmağı planlaşdırır. Tenderin keçirilməsi reklam, tender üçün lazım olan sənədləşmənin aparılması, tender sənədlərinin nəşri, tender təkliflərinin qəbul edilməsi və gizli saxlanması, tender təkliflərinin qiymətləndirilməsi, ticarət iştirakçılara verilən qiymətlərin təsdiq olunması, kontraktın bağlanması haqqında qərar verilməsi kimi mərhələləri əhatə edir.

Müsabiqələrin sonunda tender komissiyası iştirakçıların təkliflərinin qiymətləndirilməsi haqqında hesabat tərtib edir. Bu hesabatda tender təkliflərinin necə qiymətləndirilməsi göstərməli və hər hansı bir təklifdən imtina edilməsi əsaslandırılmalıdır.

Potensial məhsulgöndərəndən təklif alınmasının digər variantı məhsulgöndərən və istehlakçı arasında rəsmi (yazışmalar vasitəsilə) ola bilər.

Tələbatı qəflətən yarana bilən və uzunmüddətə saxlamasına ehtiyacı olmayan məhsullar, adətən, onların istehlak olunmasına yaxın bir müddətdə alınır. Vaxtaşırı və daimi istifadə olunan və müəyyən edilmiş müddətdə tələb edilən materialların dəqiq vaxtlarda göndərilməsini şərtləndirən müqavilə öhdəlikləri əsasında alınır. Bu zaman firmada ehtiyatın həcmi azalır, onların saxlanması ilə əlaqədar olan xərclər isə ixtisar olunur. Sifarişlərin rəsmiləşdirilməsi (sənədləşdirilməsi) prosesinin sadələşdirilməsi və əlavə xərclərə yol verməmək məqsədilə kiçik partiyalarla alınan bir neçə növ analoji materiallar üçün qrup şəklində məhsulgöndərmələrdən istifadə olunur.

Artıq qeyd olunduğu kimi, xammal və materialların alınmasında qiymətin (xərclərin) təhlili maddi-texniki təminat işinin mühüm cəhətlərindən biridir. Qiymətlərin təhlili, habelə əlavə iş və xidmətləri də nəzərə alır (məsələn, məsləhətlərin verilməsi, sənədlərin hazırlanması, qablaşdırma, gömrük rüsumları, nəqliyyat və s.). Son zamanlar material tədarükünün həyata keçirilməsi zamanı məhsulgöndərənlərlə alıcılar arasında qiyməti əmələ gətirən xərc maddələri haqqında tez-tez məlumat mübadiləsindən istifadə edilir. Bu təcrübə, əsasən, uzunmüddətli müqavilələr bağlanan zaman tətbiq olunur.

Nəqliyyat xərcləri də, mütəmadi olaraq, maddi-texniki təminat xidmətinin diqqət mərkəzində dayanır. Bu zaman materialın daşınma məsafəsi, nəqliyyatın növü, nəqletmənin sürəti, yük partiyasının həcmi, onların qablaşdırılması üsulları nəzərə alınır.

Nəqliyyat xərclərindən əlavə materialların saxlanması da xeyli məbləğdə xərcə əlaqədar olur. Bu zaman maddi-texniki təminat fəaliyyətinin əsas məqsədi ehtiyatların həcmnin mümkün qədər minimuma endirilməsi yolu ilə istehsal tapşırıqlarının vaxtlı-vaxtında yerinə yetirilməsinə nail olmaqdır. Qeyd etmək zəruridir ki, hazırda inkişaf etmiş ölkələrdə maddi-texniki təminat xidməti bazardan əldə edilməsi asan olan xammal, yarımfabrikat və müxtəlif dəstləşdirici məmulatlardan normativdən artıq istehsal ehtiyatını yaratmağa ehtiyac duymurlar. Buna baxmayaraq, qiymətlərin konyunktura və mövsümi tərəddüdləri, inflyasiya, xammal istehsal edən regionlarda ictimai-siyasi və iqtisadi dəyişikliklərin təsiri şəraitində müəssisə və firmalar istehsal vasitələrindən əlavə ehtiyat yaratmaq məcburiyyətində qalırlar.

Maddi-texniki təminat prosesində də, istehsal prosesində olduğu kimi, iş qüvvəsi, əmək cisimləri və əmək vasitələri iştirak edirlər. Burada "iş qüvvəsi" anlayışı altında istehsal vasitələrinin daşınması, qorunub saxlanması, yüklənməsi və nəqli əməliyyatlarını yerinə yetirən heyət başa düşülür.

Maddi-texniki təminatda "əmək vasitələri" anbar binaları, nəqliyyat vasitələri, yükləmə -boşaltma vasitələri, ölçü və çəki cihazları, hesablama texnikası və s. bu kimi avadanlıqlar, cihazlar və qurğular hesab edilir. "Əmək cisimləri" rolunda isə elə istehsal-texniki təyinatlı əmək cisimlərinin özləri çıxış edirlər ki, maddi-texniki təminat sferasında çalışan işçilərin fəaliyyəti də məhz onların yerdəyişməsinə istiqamətlənir.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə sürəti, əmək məhsuldarlığı və məhsulun maya dəyərinin səviyyəsi, istehsalın səmərəliliyi və s. bu kimi göstəricilərin necəliyi maddi-texniki təminatın təşkil səviyyəsindən, müəssisələrin istehsal vasitələri ilə təmin olunması vəziyyətindən bilavasitə asılı olur. Düzgün təşkil edilən maddi-texniki təminat məhsulun maya dəyərini aşağı salır, əmək məhsuldarlığı və rentabellik kimi iqtisadi göstəricilərin səviyyələrini yüksəldir, məhsulun

keyfiyyətini yaxşılaşdırır, istehsalın ahəngdar və birqərarda işləməsinə şərait yaradır.

İstehsalın ahəngdarlığı üçün müəssisənin yerləşdiyi regionda, ərazidə həmişə lazımi çeşiddə, lazımi kəmiyyətdə və keyfiyyətdə istehsal vasitələrinin olması əsas şərtidir. Hətta hər hansı bir material növünün çatışmaması istehsalın dayanmasına səbəb ola bilər. Təchizatda ahəngdarlıq istehsalda ahəngdarlığın yeganə şərtidir. Deməli, maddi-texniki təminatda ahəngdarlıq istehsalın ahəngdarlığı üçün həlledici amil rolunu oynayır. Uyğun olaraq, təminatın təşkilində yol verilmiş hər hansı bir səhv müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinə mənfi planda təsir göstərir.

İstehsalın və bilavasitə sex və iş yerlərinin keyfiyyətli xammal və materiallarla, həm də zəruri həcmdə təchiz edilməsi və anbarlarda materialların qorunub saxlanması texnologiyasına düzgün əməl edilməsi istehsal edilən məhsulun keyfiyyətli olmasına şərait yaradır. Bundan başqa, iş yerlərinin istehsal vasitələri ilə vaxtli-vaxtında təchiz olunması məhsul buraxılışının birqərərərərərərərərərərərər (eyni vaxt intervalında eyni miqdarda) təmin edir və istehsalda işçilərin və avadanlıqların boşdayanmalarının qarşısını alır. Bu isə öz növbəsində nəzərdə tutulmuş kəmiyyətdə və keyfiyyətdə məhsul buraxılışına səbəb olur.

Bütün bunlardan əlavə, maddi-texniki təminatın mütəşəkillik səviyyəsi, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə də güclü şəkildə təsir göstərir. Bir tərəfdən iş yerlərinin zəruri xammal və materiallarla vaxtli-vaxtında təchiz edilməsi fəhlələrin və avadanlıqların boşdayanmalarının qarşısını almaqla hər bir iş növ-bəsinə istehsal edilən məhsulların həcmi artırır. Digər tərəfdən isə, istehsal vasitələrinin istehsalçılardan istehlakçılara vaxtli-vaxtında çatdırılması, onların saxlanması, yüklənməsi və boşaldılması ilə xeyli təminat-satış işçiləri məşğul olur. Buna görə də, yükləmə-boşaltma işlərinin mexanikləşdirilməsi səviyyəsinin yüksəldilməsi, təminat-satış təşkilatlarının təmərkülşədirilməsi, konteyner və paket yükdaşımalarının həcmi artırılması və s. həmin işçilərin əmək məhsuldarlığını əhəmiyyətli dərəcədə yüksəldir.

Maddi-texniki təminat istehsal vasitələrindən səmərəli və qənaətlə istifadəni, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsini və yüksək keyfiyyətli məhsul buraxılışını təmin etməklə yanaşı məhsulun maya dəyərini də aşağı salır. Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması və

istehsal fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması isə öz əksini, son nəticədə, mənfəətin həcmnin artmasında və istehsalın rentabelliyyəsinin yüksəldilməsində tapır.

Beləliklə, bazar iqtisadiyyatı şəraitində maddi-texniki təminat prosesinin düzgün təşkili istehsal sahibkarlığının nəticələrini səciyyələndirən bütün texniki, iqtisadi və maliyyə göstəricilərini yaxşılaşdırır, istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə imkan yaradır.

3. Firmanın material və avadanlığa tələbatının hesablanması

Material resurslarının tədarükü planının tərtib edilməsində əsas məsələlərdən biri müəssisənin aldığı sifarişlərin yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar maddi resurslara olan tələbatın hesablanmasıdır. Müəssisənin istər material resurslarına və istərsə də istehsal avadanlıqlarına tələbatı dəqiq müəyyən edilməlidir. Əks halda o, ya aldığı sifarişlərin öhdəsindən gələ bilməz, ya da lazım olduğundan artıq istehsal vasitələri tədarük edə bilər.

Plan ilində müəssisənin bir çox istiqamətlər üzrə (təmir, tikinti, yeni məhsulun mənimlənməsi və s.) material resurslarına tələbatı yaranır. Lakin burada bütün istiqamətlərdə deyil, əsasən, istehsal proqramının yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar materiala və istehsal avadanlığına tələbatın hesablanması qaydalarından bəhs olunacaqdır.

İstehsal vasitələrinə tələbat müəssisənin bütün ehtiyaclarını özündə əks etdirməlidir. Tələbatın hesablanmasında iki məlumat – qəbul edilmiş sifarişlər portfeli, daha dəqiq desək, təsdiq olunmuş istehsal proqramı və materialın məsrəf norması həlledici rol oynayır. Artıq qeyd olunduğu kimi, **materiala tələbatın düzgün hesablanmaması sifarişlərin yerinə yetirilməsi gedişinə ya material çatışmamazlığı ilə, ya da normativdən artıq material resurslarının toplanması ilə müəssisənin iqtisadi göstəricilərinə neqativ planda təsir göstərə bilər.** Deməli, materialın lazım olduğundan az, yaxud artıq sifariş edilməsi və gətirilməsi sonralar müəssisənin iqtisadi və maliyyə göstəricilərinə pis təsir göstərir, istehsalın iqtisadi səmərəliliyini aşağı salır.

İstehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün materiala tələbatın hesablanması qaydaları müxtəlifdir və biri-birindən az və ya çox dərəcədə fərqlənir. Materiala tələbatın hesablanma qaydası onun (materialın) istehlakı xüsusiyyətlərindən və hesablama üçün zəruri məlu-

matların mövcudluğundan asılı olaraq müəyyən edilir. Hesablama metodlarından ən geniş yayılanı birbaşa hesablama metodlarıdır və onlar aşağıdakılardan ibarətdir:

- a) məmulat üzrə hesablama metodu;
- b) hissə (detal) üzrə hesablama metodu;
- c) oxşarlığa görə hesablama metodu (analoji metod);
- d) nümunəvi təmsilçiyə (tipik nümayəndəyə) görə hesablama metodu.

Bu metodlar ayrı-ayrı məhsullar üzrə istehsal proqramı və materialdan məsrəf norması bu və ya digər şəkildə məlum olduğu təqdirdə tətbiq edilirlər.

Məmulat üzrə hesablama metodu. Materiala tələbatı (T) bu metodla hesablayarkən məmulat vahidinə material məsrəfi norması istehsalı nəzərdə tutulmuş məmulatların sayına (istehsal proqramına) vurulur. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$T = \sum_{1}^{n} P_m \times H_m$$

Burada, P_m – məmulatdan illik istehsal proqramı;

H_m – hər bir məmulat növü üzrə material məsrəfi norması;

n – istehsalı konkret (tələbat müəyyən edilən) materialla əlaqədar olan məmulat növlərinin sayıdır.

Hissə (detal) üzrə hesablama metodu. Bu metod öz mahiyyətinə görə məmulat üzrə hesablama metodundan, demək olar ki, fərqlənmir. Yeganə fərq istehsal proqramının və məsrəf normasının məmulat üzrə deyil, ayrı-ayrı hissələr üzrə mövcud olmasıdır. Bu metodla materiala tələbat aşağıdakı düsturla müəyyən olunur:

$$T = \sum_{1}^{n} P_h \times H_h$$

Burada, P_h – hissələrdən istehsal proqramı;

H_h – hissə növünün hər vahidinə material məsrəfi norması;

n – istehsalı konkret materialla (tələbat müəyyən edilən) əlaqədar olan hissə növlərinin sayıdır.

Oxşarlığa görə hesablama metodu (analoji metod). Bu metodun mahiyyəti ondadır ki, əgər plan ili üçün istehsal proqramı mə-

lum, lakin məsrəf norması hələlik yoxdursa, onda həmin məmulat həndəsi ölçüləri, çəkisi və s.-yə görə ona oxşar bir məmulata (məsrəf norması olan) bərabər sayılır və sonuncunun məsrəf normasından materiala tələbatın hesablanmasında istifadə olunur. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$T = P \times H_{ox} \times \Theta$$

Burada, P – məsrəf norması hələlik olmayan məmulatdan (hissə-dən) istehsal proqramı;

H_{ox} – oxşar məmulatın (hissənin) material məsrəfi norması;

Θ – yeni məhsulun oxşar məhsuldan fərqləndirici cəhətlərini (çəkisi, ölçüsü) nəzərə almaq üçün istifadə edilən düzəldici əmsaldır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində diversifikasiya, başqa sözlə, istehsal profilinin dəyişdirilməsi, çeşidin genişləndirilməsi səbəbindən müəssisələr tərəfindən bu üsula tez-tez müraciət olunur.

Oxşarlığa görə hesablama metodunun tətbiqində analogi məhsulun seçilməsi əsas məsələdir. Seçki düzgün aparılmadıqda düzəldici əmsal öz reallığını itirir, materiala tələbatın hesablanmasında səhvə yol verilir.

Nümunəvi təmsilçiyə (tipik nümayəndəyə) görə hesablama metodu. Bu üsuldən maddi-texniki təminat planının tərtibi zamanı eyni təyinatlı, lakin ölçülərinə və ya çəkilərinə görə az fərqlənən məhsulların geniş müxtəlifliyi və istehsal proqramının hər bir məhsul üçün ayrılıqda deyil, hamısı üçün birlikdə verildiyi hallarda istifadə edilir. Məlumatların belə mövcudluğu şəraitində həmin qrup məhsullardan bir ədədinin (təmsilçinin) məsrəf norması bütün məhsullara şamil edilərək, ümumi istehsal proqramına vurulur. Lakin nümunəvi təmsilçi elə seçilməlidir ki, onun məsrəf norması qrupa daxil olan məhsullar üzrə hesablanmış orta çəkili məsrəf normasına yaxın olsun.

Nümunəvi təmsilçiyə görə materiala tələbat aşağıdakı düsturun köməyi ilə müəyyən edilir:

$$T = H_{n.t.} \times P_{üm}$$

Burada, $H_{n.t.}$ – nümunəvi təmsilçinin material məsrəfi norması;

$P_{üm}$ – qrupa daxil olan məhsullar üzrə ümumi istehsal proqramıdır.

Öz növbəsində nümunəvi təmsilçinin material məsrəfi norması qrupdakı məmulatların orta çəkili məsrəf norması kimi müəyyən edilir və bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$H_{n.t.} = \frac{\sum_1^n H_{aq} \times X_{xc}}{\sum_1^n X_{xc}}$$

Burada, H_{aq} – qrupa daxil olan ayrı-ayrı məmulatların məsrəf normaları;

X_{xc} – ayrı-ayrı məmulatların ümumi istehsalda xüsusi çəkisidir.

Nümunəvi təmsilçiyə görə hesablama metodu vasitəsilə materiala tələbat tikiş, ayaqqabı, radiotexnika, elektrotexnika və s. bu kimi sənaye sahələrində daha geniş şəkildə tətbiq edilir.

Materiallara tələbatın hesablama metodları həm əsas, həm də köməkçi materiallara tələbatın həcmi müəyyənləşdirmək üçün tətbiq edilə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, kimya sənayesində materiala tələbatın hesablanması metodu yuxarıda şərh edilən metodlardan fərqlənir. Kimyəvi maddələrə (materiallara) tələbat hesablanarkən istehsal və istehlak ediləcək maddələrin molekul çəkiləri, habelə texnoloji itkilərə (reaksiyanın natamam getməsi, texnoloji rejimə düzgün riayət edilməməsi səbəbindən) nəzərə alınır. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$T = P \times \frac{M_p \times K_h \times 100}{M_h \times K_{t.c} \times (100 \pm K_i)}$$

Burada, P – istehsal proqramı, natural ölçü vahidləri ilə;

M_p – ilkin materialın molekul çəkisi;

K_h – maddənin hazır məhsulda təmiz çəkisi, faizlə;

M_h – hazır məhsulun molekul çəkisi;

$K_{t.c}$ – maddənin ilkin materialda təmiz çəkisi, faizlə;

K_i – texnoloji itkilərin cəmidir, faizlə.

Müəssisənin material resurslarına ehtiyacı yalnız sifarişlərin yerinə yetirilməsi, başqa sözlə, məhsul istehsalı ilə əlaqədar olmur. Bundan

əlavə o, il ərzində əsaslı tikinti, yeni məhsulun mənimsənilməsi, təmir-istismar ehtiyacları, texnoloji ləvazimat və s. üçün material resursları tədarük etməli olur.

Adətən, hər ilin əvvəlinə müəssisə özünün material təminat balansını tərtib etməli olur. Balansın bir tərəfində material resurslarının təyinat istiqamətləri digər tərəfində isə material resurslarına tələbatın ödənilmə mənbələri göstərilir.

Material təminat balansı aşağıdakı kimi olur.

$$T_{m.i.} + T_{ə.t.} + T_{y.m.} + T_{t.i.} + T_{t.l.} + \Delta T + T_{k.e.} = G_{i.ə.} + M_{b.m.} + C_{d.t.} + D_{v.b.}$$

Burada, $T_{m.i.}$ – məhsul istehsalı üçün materiala tələbatın həcmi;

$T_{ə.t.}$ – əsaslı tikinti üçün materiala ehtiyacın həcmi;

$T_{y.m.}$ – yeni məhsulun mənimsənilməsinə;

$T_{t.i.}$ – təmir-istismar ehtiyaclarına;

$T_{t.l.}$ – texnoloji ləvazimatın istehsalına;

ΔT – bitməmiş istehsal qalığının artırılmasına;

$T_{k.e.}$ – keçici ehtiyatın (ilin sonuna) həcmi;

$G_{i.ə.}$ – ilin əvvəlinə materialdan qalıq (gözlənilən) həcmi;

$M_{b.m.}$ – müqavilələr əsasında bir başa daxil olan resurslar;

$C_{d.t.}$ – istehsal daxili ehtiyatlardan və təkrar xammaldan istifadə;

$D_{v.b.}$ – vasitəçilər və birjaldan daxil olan resurslar.

Material təminat balansı mütəmadi olaraq müəssisənin maddi-texniki təminat şöbəsinin nəzarətində saxlanılır və idarə olunur.

İstehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün avadanlığa tələbatın hesablanması qaydası. Məlumdur ki, istehsal avadanlıqlarından istifadə səmərəliliyi hər bir firmanın onlara tələbatın düzgün müəyyən edilməsindən başlayır. Zəruri saydan artıq alınmış avadanlıqlar istismar zamanı natamam yüklənir; optimal tələbatdan az sayda istehsal avadanlıqları alındığı halda isə sex və iş sahələrinin istehsal gücləri arasında qeyri-mütənasibliyə səbəb olur.

Firma və ya müəssisənin avadanlığa tələbatının düzgün müəyyən edilməsi, artıq qeyd olunduğu kimi, onlardan səmərəli istifadəyə nail olmağın ilkin şərti kimi qəbul edilə bilər.

Müəssisə və ya firmanın avadanlığa ehtiyacı aşağıdakı hallarda yaranır:

1) avadanlıqlar fiziki və mənəvi cəhətdən köhnəldikdə;

2) müəssisənin buraxdığı məhsulun komplektləşdirilməsi (dəstləşdirilməsi) zəruriliyi yarandıqda (məsələn, metalkəsən dəzgah üçün elektrik mühərriklərinin alınması);

3) müəssisənin istehsal gücünü artırmaq zərurəti yarandıqda.

Fiziki və mənəvi cəhətdən köhnəlmiş avadanlıq yenisi ilə həmin avadanlığın təmir və ya modernləşdirmə vasitəsilə bərpasının iqtisadi cəhətdən səmərə verməyəcəyi haqqında xüsusi komissiyanın aktına əsasən əvəz edilir. Köhnə avadanlıq “amortizasiya lomu” kimi müvafiq təşkilatlara verilir (satılır) və müəssisənin əsas fəaliyyət balansından silinir.

Bu və ya digər mürəkkəb məhsulun dəstləşdirilməsi üçün tələb olunan mühərrikin, reduktorun, bağlamanın və s. sayını müəyyən etmək üçün hər bir məhsula lazım olan komplektləşdirici avadanlığın sayı istehsal proqramı üzrə buraxılacaq və dəstləşdiriləcək məhsulun sayına vurulur.

Müəssisənin istehsal gücünün artırılması üçün lazım olacaq avadanlığın zəruri sayının müəyyən edilməsi və əsaslandırılması maddi-texniki təminat işinin nisbətən çətin məsələlərindən biridir. Buna görə də, ilk növbədə, mövcud avadanlıqlardan istifadə səviyyəsi diqqətlə öyrənilməlidir; bundan məqsəd ehtiyat mənbələrini və onlardan istifadə imkanlarını aşkar etməkdir.

Müəssisənin sifarişlər zənbilinin keçən ildəkinə nisbətən çoxalması istehsal gücünün yeni avadanlıqlar hesabına artırılmasını bütün hallarda tələb etmir; istehsal artımına müəssisənin texnoloji avadanlıqlarının növbəlik əmsalının yüksəldilməsi, növbədəxili boşdayanmaların minimuma endirilməsi, avadanlıqların modernləşdirilməsi, ümumiyyətlə, istehsal prosesinin intensivləşdirilməsi və s. bu kimi tədbirlər hesabına nail olmaq mümkündür.

Göstərmək lazımdır ki, bazar münasibətləri şəraitində avadanlığa tələbatı bütün hallarda onun satın alınması yolu ilə ödəmək lazım gəlmir. Belə ki, firma və müəssisələr icarənin xüsusi növü olan lizinq vasitəsilə yeni avadanlıqları – müəyyən şərtlər daxilində – icarəyə götürə və istifadə edə bilərlər. Lizinq kompaniyalarının vasitəçiliyi ilə avadanlığın əldə edilməsi kiçik və orta müəssisələr üçün daha əlverişlidir, çünki onların iri həcmdə investisiya qoyuluşu üçün maliyyə imkanları məhdud olur.

İstehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün avadanlığa ümumi tələbat ($T_{\text{üm}}$) aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$T_{\text{üm}} = \frac{\Sigma N_{\text{vh}} \times P}{\dot{I} \times N \times S \times A_{\text{ia}} \times A_{\text{n}}}$$

Burada, N_{vh} – iş vahidinin yerinə yetirilməsi üçün vaxt norması, saat;

P – plan ili üçün görülməli işin həcmi (ya natural, ya da dəyər ölçüsündə);

\dot{I} – plan ilində iş günlərinin sayı;

N – növbələrin sayı (növbəlilik əmsalı);

S – növbədəki iş saatlarının miqdarı;

A_{ia} – avadanlıqdan istifadə əmsalı (təmir və nizamlaşdırma vaxtını nəzərə almaqla);

A_{n} – fəhlələr tərəfindən istehsal normalalarının yerinə yetirilməsi əmsalıdır.

Avadanlığa ümumi tələbat müəyyən edildikdən sonra alınmış nəticə firmanın dəzgah parkındakı mövcud avadanlığın sayı ilə müqayisə edilir və o, faktiki saydan nə qədər az olarsa, müəssisə bir o qədər yeni avadanlıq sifariş verməlidir. Mövcud avadanlığın sayı ümumi tələbatla nisbətən çox olduqda isə müəssisə artıq avadanlığı başqa müəssisə və təşkilata sata və ya icarəyə verə bilər.

Verilmiş düsturun köməyi ilə müəssisənin öz istehsal proqramını yerinə yetirmək, habelə özünün dəzgah parkını təzələmək üçün avadanlığa tələbatın real sayını hesablamaq olar. **Avadanlığa tələbatın düzgün müəyyən edilməsi isə müəssisələrdə “zəif yer”lərin və latent (“gizli”) güclərin yaranmasının qarşısını alır, təminat işindəki gərginliyi azaldır və s.**

İstehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün istehsal vasitələrinə tələbatın həcmi müəyyən edildikdən sonra materiallardan istehsal ehtiyatlarının normativləri hesablanır.

4. İstehsal ehtiyatlarının normalaşdırılması və idarə edilməsi

Maddi nemətlərin yaradılması əmək prosesində – canlı əməklə maddiləşmiş əməyin birləşdiyi şəraitdə – istehsal vasitələrinin istehlakı zamanı baş verir. canlı əməklə maddiləşmiş (keçmiş) əməyin bir-

ləşdirilməsinin vacib şərtlərindən biri onların kəmiyyətcə uyğun nisbətdə götürülməsidir. Başqa sözlə, istehsalın fasiləsiz getməsi üçün hər bir iş yerində, hər hansı dövr olur olsun, lazım olduğu qədər istehsal vasitəsi olmalıdır. İctimai əmək bölgüsü, bir müəsisənin istehsal etdiyi məhsulun digəri üçün istehsal vasitəsinə çevrildiyi şəraitdə istehsalın vaxtı, məkanı və həcmi istehlakın uyğun göstəricilərindən fərqlənir. Belə bir şəraitdə ictimai istehsal prosesinin fasiləsizliyi yalnız istehsal vasitələrinin müəyyən hissəsinin onun hərəkətinin müxtəlif mərhələlərində toplanması ilə təmin edilə bilər.

İstehsal-texniki təyinatlı əmək məhsullarının bu cür yığılımı istehsal vasitələrindən ehtiyatlar və ya material ehtiyatları adlanır.

Firmanın anbarında, hazırlıq sexində və habelə, iş yerlərində olan və texnoloji prosesə daxil olmağı gözləyən bütün xammala, materiala (əsas və köməkçi, satın alınmış məmulat və yarımfabrikatlara), yanacaq və s. istehsal ehtiyatları deyilir.

Firmada material ehtiyatları müxtəlif amillərin təsiri ilə formalaşır:

- firmanın ayrı-ayrı xammal və material növünə tələbatının həcmi;
- firmada materialın istehlak edilməsinin birqərarlıq dərəcəsi;
- materialın istehsalçı firma tərəfindən hazırlanması və buraxılmasının dövriliyi;
- materialdan tranzit və sifariş normalarının səviyyəsi;
- istehlakçı və istehsalçı arasındakı təsərrüfat əlaqələrinin sabitliyi və materialın yola salınmasının dövriliyi;
- tranzit və anbar təchizatı formalarının nisbəti və anbar üsulu ilə təchizatın genişləndirilməsi imkanı;
- istehsalçının istehlakçıdan yaxın və ya uzaqlığı;
- istifadə olunan nəqliyyat növü;
- material göndərənin etibarlılığı və onun intizamı gözləmə dərəcəsi və s.

Ehtiyat norması firmada toplanılan material resurslarının ən minimum həddidir ki, o, istehsal prosesinin normal getməsinə təmin edə bilər.

Təsərrüfatçılıq praktikasında normativdən yuxarı ehtiyatla artıq ehtiyat bir-birindən fərqləndirilir. Artıq ehtiyat dedikdə müəssisəyə, ümumiyyətlə, lazım olmayacaq materialların mövcudluğu nəzərdə tutulur.

Qeyd etmək lazımdır ki, həm normativdən yuxarı və həm də, artıq material firmanın iqtisadiyyatının bütün tərəflərinə mənfi təsir göstərir. Təchizat şöbəsi işçilərinin əsas vəzifələrindən biri də normativdən yuxarı və artıq materialın yaranması qarşısını almaqdan ibarətdir. Bunun üçün onlar ilk növbədə artıq və normativdən yuxarı materialın yaranması səbəblərini aşkar etməli və onlara qarşı tədbirlər görməlidirlər.

Öz-özlüyündə aydındır ki, il üçün lazım olacaq material resurslarının hamısını ilin başlanğıcında müəssisəyə gətirmək mənasızdır (bu fikir əmək vasitələrinə aid ola bilməz). Müəssisəyə material resursları fasilələrlə gətirilir. Lakin material müəssisəyə elə miqdarda gətirilir ki, həmin fasilə vaxtında müəssisənin normal iş rejimi pozulmasın. Bu məqsədlə, ümumi təyinatı istehsalın fasiləsizliyini təmin etmək olan istehsal ehtiyatları yaradılır.

İstehsal ehtiyatlarının təyinatı və yaranması şəraiti onları normalaşdırarkən aşağıdakı kimi tərkib hissələrinə ayırmağı tələb edir: a) cari ehtiyat, b) hazırlıq ehtiyatı, c) sığorta ehtiyatı, d) mövsümi ehtiyat.

İstehsal ehtiyatının bir hissəsi olan cari ehtiyat iki məhsulgöndərmə (alma) arasındakı vaxt intervalında müəssisənin ahəngdar işləməsini təmin etmək üçündür və dəyişkəndir. cari ehtiyat müəssisəyə material daxil olan anda özünün maksimum həddində, yeni partiya material qəbulu anında isə minimum (sıfır) həddində olur. cari ehtiyatın orta həddi onun maksimum və minimum hədlərinin cəminin yarısına bərabərdir; cari ehtiyat özünün minimum həddində sıfıra bərabər olduğundan həmin ehtiyatın maksimum həddini yarıya bölməklə onun orta həddini tapırlar.

Cari ehtiyatın maksimum həcmi (E_c^{\max}) hesablamaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$E_c^{\max} = t \times P$$

Burada, P – orta günlük material məsrəfi norması,

t – iki məhsul göndərilməsi arasındakı vaxt intervalıdır.

Cari ehtiyatın hesablanması mühüm və nisbətən çətin məsələ iki məhsulgöndərmə arasındakı vaxt intervalının düzgün müəyyən edilməsidir. Bu məqsədlə keçmiş dövrdəki məhsulgöndərmələrin

faktik vaxt intervalları təhlil edilir və bunun əsasında plan ilinə məhsul-göndərmələr arasında orta çəkili vaxt intervalı müəyyən olunur. Təhlil və hesablama zamanı mümkün qədər uzun dövrü əhatə etmək və səciyyəvi olmayan halları (fasilə vaxtı və gətirilən materialın miqdarındakı ciddi kənarlaşmaları) istisna etmək lazımdır. Faktik orta vaxt intervalını (orta çəkili vaxt intervalını) hesablayarkən aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$t_{oc} = \frac{\sum t_f \times B}{\sum B}$$

Burada, t_{oc} – keçmiş dövrdə məhsul-göndərmələr arasındakı orta çəkili faktiki vaxt intervalı;

t_f – ayrı-ayrı məhsul-göndərmələr arasındakı faktik vaxt intervalı;

B – faktik vaxt intervallarına uyğun məhsul-göndərmələrdə materialın miqdarıdır (natural ölçülərlə).

Əgər cari ehtiyat orta vaxt intervalına görə hesablanarsa, onun müəyyən olunma düsturu aşağıdakı kimi olar:

$$E_c^{max} = P \times \frac{\sum t_f \times B}{\sum B}$$

Hazırlıq ehtiyatı (təşkilati-texnoloji) istehlakçının ünvanına göndərilmiş materialın qəbulu, istehsal istehlakı üçün hazırlanması və bilavasitə iş yerinə gətirilməsi ilə əlaqədar olan vaxt ərzində istehsalın fasiləsizliyinin təmin edilməsi məqsədilə yaradılır. Hazırlıq ehtiyatı (E_h) aşağıdakı düstur ilə müəyyən edilir:

$$E_h = P \times D$$

Burada, P – materialdan orta günlük məsrəf norması;

D – materialın kəmiyyət və keyfiyyətə qəbuluna və istehsal istehlakı üçün hazırlanmasına sərf edilən vaxtdır.

Sığorta ehtiyatı cari ehtiyatın hesablanmasında nəzərdə tutulmuş məhsul-göndərmələrdə ya gətirilən məhsulun miqdarı, ya da vaxtaşırılığında kənarlaşmalar baş verən zaman istehsalın fasiləsizliyini təmin etmək məqsədilə yaradılır.

Sığorta ehtiyatı həcmnin müəyyən edilməsi məhsulgöndərmə işindəki kənarlaşmaları doğuran səbəblərin dərin təhlilini tələb edir.

Maddi-texniki təminatın planlaşdırılması praktikasında sığorta ehtiyatının həcmi ($E_{sığ}$) aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$E_{sığ} = P \times (t_1 + t_2 + t_3)$$

Burada, t_1 – məhsulgöndərəninin materialın yola salınmasının təşkilinə sərf etdiyi vaxt;

t_2 – materialın yolda olması vaxtı;

t_3 – materialın istehlakçının anbarına kəmiyyət və keyfiyyətə qəbul olunmasına sərf edilən vaxt;

P – materialdan orta günlük məsrəf normasıdır.

Sığorta ehtiyatının həcmi, adətən, cari ehtiyatın orta həddinin 50 faizindən çox olmur.

Mövsümi ehtiyat isə xammal və materialın istehsalı və ya tədarükünün mövsümi olması, xammal və materialın mövsümi istehlakı (məsələn, binaların qızdırılması üçün yanacaq məhsulları) ilə əlaqədar yaradılır.

Mövsümi ehtiyat da cari ehtiyat kimi dəyişkəndir. Başqa sözlə, bu növ ehtiyat özünün maksimum həddinə materialın gətirilməsində fasilənin başlanması, minimum həddinə isə mövsümiliyin qurtarması zamanı çatır.

Mövsümi ehtiyatın maksimum həcmi (E_m^{\max}) aşağıdakı düstur ilə müəyyən edirlər:

$$E_m^{\max} = P \times T$$

Burada, P – materialdan orta günlük məsrəf norması,

T – materialın gətirilməsində (yaxud istehsal edilməsində) fasilə vaxtıdır.

İstehsal ehtiyatlarının növləri üzrə ayrılıqda aparılan hesablamalardan sonra bu və ya digər materialdan istehsal ehtiyatlarının ümumi normativi müəyyən edilir.

İstehsal ehtiyatlarının iqtisadiyyatında onun düzgün normalaşdırılması ilə yanaşı önəmli bir məsələ də onların idarə olunmasıdır.

İstehsal ehtiyatlarının idarə olunmasında əsas məsələ ehtiyatların faktik səviyyəsi ilə normativ üzrə müəyyən edilmiş səviyyə-

nin müqayisəsidir. İstehsal ehtiyatları səviyyəsinə nəzarət üsullarından ən geniş yayılan “A, B, S” üsuludur. Bu üsulun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, müəssisənin istehlak etdiyi, bütün materiallar üç qrupa – “A”, “B” və “S” qruplarına bölünür. Bu bölgüdə hər bir qrupun ümumi ehtiyatdakı xüsusi çəkisi əsas götürülür. Praktikada “A” qrupuna adətən bütün material nomenklaturunun sayca 10-15 faizini və ümumi material ehtiyatlarının bütün dəyərinin isə 70-80 faizini təşkil edən əsas materiallar aid olunurlar. Nomenklatura sayının 25 faizini, material ehtiyatları dəyərinin isə 20 faizini təşkil edən ehtiyatlar “B” qrupuna və nəhayət, nomenklaturun qalan 60-65 faizini və ümumi ehtiyatın dəyərinin 5 faizini təşkil edən material ehtiyatları “S” qrupuna aid edilir.

Birinci qrup (A) ehtiyatların səviyyəsi bir qayda olaraq hər gün, ikinci qrup (B) ehtiyatların səviyyəsi hər 10 gündən bir və üçüncü qrup (S) ehtiyatların səviyyəsi ayda bir dəfə öyrənilir və təhlil edilir.

İstehsal ehtiyatlarının həcmi mütəhərrik olur, çünki bir tərəfdən, fasiləsiz olaraq sexlər həmin ehtiyatlarla təmin edilirsə, digər tərəfdən, müəyyən vaxtlardan bir müəssisəyə yeni partiya material resursları daxil olur.

Sexlərin, istehsal bölmələrinin və iş yerlərinin materiallarla təmin edilməsi maddi-texniki təminatın son və həlledici mərhələsidir. Əgər müəssisədəxili təminat işində nöqsanlara yol verilərsə, onda müəssisədən kənarında bu sahədə aparılmış uğurlu işlərin səmərəsi heçə enə bilər.

Müəssisədə maddi-texniki təminatın son mərhələsi, artıq qeyd olunduğu kimi, sexlərin materiallarla bilavasitə qidalandırılmasıdır. Bu iş iki üsulla – mərkəzləşdirilmiş (aktiv) və qeyri-mərkəzləşdirilmiş (passiv) – həyata keçirilir.

Mərkəzləşdirilmiş üsulda sexlərin materiallarla təchizi anbarların özləri, qeyri-mərkəzləşdirilmiş üsulda isə sexin nümayəndəsi tərəfindən icra edilir.

Sexlərin materiallarla mərkəzləşdirilmiş üsulla təchizi edilməsi bir neçə sxemlə həyata keçirilir (şəkil 16.1):

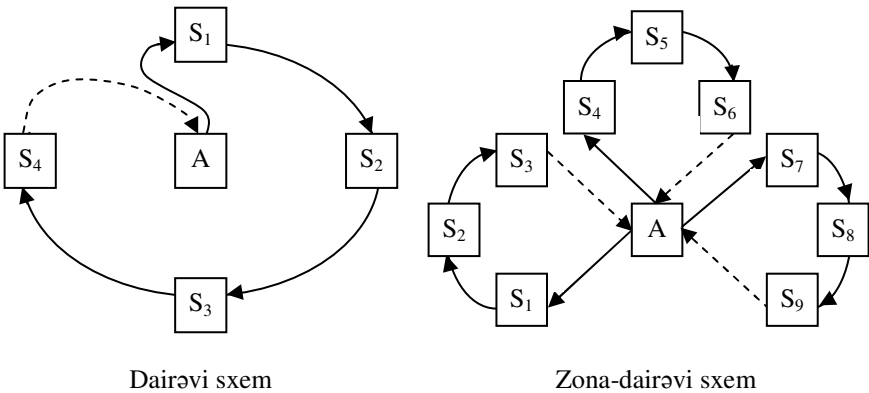
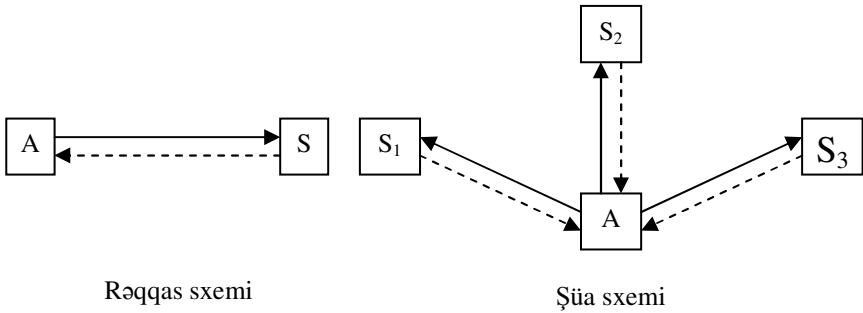
- rəqqas;
- şüa;
- dairəvi;

– zona-dairəvi.

Sexlərin təchizinin rəqqas sxemində nəqliyyatın sexə doğru səfəri yüklə, anbara qayıdanda boş, yaxud tara ilə olur. Bu sxemin tətbiqi nisbətən o vaxt səmərəli hesab olunur ki, nəqliyyat vasitəsi anbara tam yüklənmiş halda hərəkət etsin.

Reyslərin şüa sxemi rəqqas sxeminin mürəkkəb formasıdır. Bu sxemdə anbar bir deyil, bir neçə sexlə fərdi şəkildə əlaqə saxlayır.

Həm rəqqas və həm də şüa sxemlərinin tətbiqi yalnız o vaxt səmərəli hesab olunur ki, nəqliyyat vasitəsinin anbardan sexə hərəkəti zamanı onun yükötürmə qabiliyyətindən maksimum istifadə edilmiş olsun.



Şəkil 16.1. Sexlərin materiallarla təchizi sxemləri

Dairəvi reyslər sxemində eyni zonada yerləşən bir neçə istehlakçı sex bir reyslə təchiz edilir. Bu sxemin səciyyəvi cəhəti – nəqliyyat

vasitəsinin yükçötürmə qabiliyyətinin istifadə edilməsi səviyyəsinin tədricən azalması və sonuncu sexdən anbara boş qayıtmasıdır. Sexlərin bu sxemlə təchizində nəqliyyat vasitəsinin ümumi yürüşünün 80-90, yükçötürmə qabiliyyətinin isə 60%-ə qədəri istifadə olunur.

Anbarların çox sayda istehlakçı sexlərə xidməti zamanı zona – dairəvi reyslərdən istifadə olunur. İstehlakçı sexlər zonalar üzrə bölünür və anbar onlara dairəvi sxem üzrə xidmət göstərilir.

İstehsalın materiallarla təchiz edilməsində sexlər üçün limitlərin işlənilib hazırlanması, müəssisədaxili təminat formasının düzgün seçilməsi, materialların istehlakında israfçılığa yol verilməməsi və başqa bu kimi “mikrotəminat” tədbirləri firmanın maddi-texniki təminat xidməti işçilərinin daimi diqqət mərkəzində olmalıdır.

Nəhayət, bütövlükdə “təminat strategiyası”nın işlənilib hazırlanmasından başlamış iş yerlərinin material resursları ilə təminatına qəddər zəruri olan və həyata keçirilən işlərin keyfiyyəti marketing fəaliyyətinin səmərəli təşkilindən, onun icraçılarının peşəkarlıq səviyyəsindən asılı olur.

5. Firmada maddi-texniki təminatın formaları

Müasir dövrdə maddi-texniki təminat formalarının əsasında kontrakt sistemi durur. Bu sistemə görə firmalar məhsul göndərən müəssisələrdən xammal, material, yarımfabrikat və dəstləşdirici məmulatları kontrakt əsasında əldə edirlər. Firma istehsal planına müvafiq kəmiyyət, keyfiyyət və müddətdə istehsal vasitələri əldə etmək üçün məhsul göndərən müəssisələrlə kontrakt bağlayır.

Maddi-texniki təminatın kontrakt forması istehlakçı firma üçün çox sərfəlidir. Birincisi, ona görə ki, istehlakçı müəssisələr böyük həcmdə material ehtiyatları saxlamaqdan azad olur, ikincisi isə, bu forma daha ucuz qiymətlə məhsul almağa imkan verir. İstehlakçı firma ilə məhsul göndərən arasında bağlanan kontraktlarda üç əsas məsələ – göndəriləcək məhsulun keyfiyyətinə olan tələblər, alınan məhsulun qiyməti və məhsul göndərmələrin müddəti xüsusi yer tutur.

İnkişaf etmiş ölkələrdə maddi-texniki təminatda baş verən müasir meyillər arasında, hər şeydən əvvəl, məhsul göndərən firmaların sayının məhdudlaşdırılması meylini xüsusi vurğulamaq

lazımdır. Bəzi firmalar materialları yalnız bir müəssisədən alır. Bu halda sıx işgüzar əlaqələr və qarşılıqlı faydalı kommersiya münasibətləri formalaşır ki, bu zaman məhsulgöndərən istehlakçı müəssisələrə qiymətdə güzəşt və təchizatda əlavə xidmət formaları təklif edə bilirlər. İstehsal vasitələrinin bir müəssisədən alınması nəticəsində məhsulun keyfiyyətinin yüksəlməsinə, əsasən, iki amil təsir göstərir:

1. İstehlakçı müəssisə, məhsulgöndərən müəssisədə baş verən istehsal prosesinə öz istehsalının ayrılmaz hissəsi kimi baxır və bu da "müqabil-tərəflərin" məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətində birgə işləməsinə imkan yaradır;

2. Məhsulgöndərən müəssisə isə özünün ticarətində xüsusi yer tutan və sıx qarşılıqlı əlaqələr qurduğu istehlakçı firma üçün konkret tələblərə cavab verən kiçik partiyalarla məhsul göndərmək, bununla da məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətində real imkanlara malik olur.

Keyfiyyətin yüksəlməsindən başqa, müəssisənin bir məhsulgöndərəndən xammal, material və yarımfabrikatları alması nəticəsində istehsal məsrəflərinin azalması aşağıdakı istiqamətdə baş verir:

– əgər firma təchizatçı müəssisənin istehsal etdiyi məhsulların keyfiyyətinə əmindirsə, daxil olan material və dəstləşdirici məmulatlar tədarük zamanı texniki nəzarətdən keçməyə bilər və beləliklə də, yoxlamaya çəkilən məsrəflər ixtisar olunur;

– firma aldığı aşağı keyfiyyətli material və dəstləşdirici məmulatların emalı nəticəsində istehsal oluna biləcək keyfiyyətsiz məhsulları azaltmaqla, zay məhsuldan yarana biləcək məsrəfləri çəkməyə ehtiyac qalmır.

Böyük həcmdə sifarişlərə malik olan məhsulgöndərən müəssisə daha iri partiyalarla məhsul istehsal edir və nəticədə istehsalın miqyasının artması hesabına əlavə fayda götürür. Bu da öz növbəsində, məhsulgöndərən müəssisəyə nisbətən aşağı qiymətə material və dəstləşdirici məmulatlar istehsal etməyə və satmağa imkan verir.

Bir təchizatçıdan xammal, material və yarımfabrikatların alınması tətıl, avadanlıqlarda nasazlıq və ya təbii fəlakətlərin baş verməsi nəticəsində məhsulgöndərmələrdə fasilələrin yaranması riskini artırır. Bununla bağlı, təchizatçı ilə əlaqədar risklər əvvəlcədən qiymətləndirilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, istehlakçı firma xammal, material və dəstləşdirici məmulatları bir müəssisədən almasına baxmayaraq, adətən, zəruri olan hallarda, sifariş vermək üçün eyni məhsul istehsal edən 1-2 ehtiyat müəssisəni – alternativ təchizat mənbələrini də müəyyənləşdirir və nəzərində saxlayır.

Təchizatın bir məhsulgöndərəndən həyata keçirilməsi təminat və ticarətin yeni formalarının yaranmasına gətirib çıxarır. Məsələn, məhsulgöndərən müəssisənin material anbarının istehlakçı müəssisədə yaradılması buna misal ola bilər.

Maddi-texniki təminatın təşkilinin və istehsal ehtiyatlarının saxlanması müxtəlif formalarından istifadə iqtisadi səmərənin artırılmasına səbəb olur və müəssisənin zəruri xammal və materiallarla fasiləsiz təmin edilməsi üçün əsas yaradır.

Maddi-texniki təminatın digər səmərəli bir metodu ilk dəfə Yaponiyanın sənaye müəssisələrində geniş şəkildə tətbiq olunan "dəqiq vaxtında" sistemidir. Bu sistemin yapon müəssisələrinin bir qisminə tətbiqi rəqabət mübarizəsində rəqib müəssisələrə qalib gəlməyə imkan vermişdir. Bu sistemin əsas fərqləndirici xüsusiyyəti müəssisədə nisbətən az istehsal ehtiyatlarının yaradılmasına imkan verməsidir. Buna səbəb məhsulgöndərənlərin xammal və materialları dəqiq vaxtında müəssisəyə çatdırılmasıdır. "Dəqiq vaxtında" sisteminin uğurunun əsas tərkib hissəsi məhsulgöndərənlərin sabit qrafik əsasında müəssisəni təchiz etməsidir. Bu sistem istehlakçı ilə təchizatçı firmalar arasında qarşılıqlı etibar və uzunmüddətli əlaqələri nəzərdə tutur. Əks təqdirdə bu sistem heç bir səmərə verə bilməzdi. "Dəqiq vaxtında" sisteminin – müəssisədə istehsal ehtiyatlarının azaldılması ilə yanaşı, məhsul göndərmələrin sürətləndirilməsi hesabına – aşağıdakı əlavə üstünlükləri də vardır:

- təchizat prosesinə statistik nəzarətin mümkünlüyü;
- maddi-texniki təchizatın müntəzəm surətdə təkmilləşdirilməsi;
- göndərilən xammal və materialların və istehsal olunan məhsulların keyfiyyətinin kompleks idarə edilməsi imkanlarının olması;
- müəssisədə istehsal tsiklinin qısaldılması.

İlkin olaraq Yaponiya mütəxəssisləri tərəfindən işlənib hazırlanmış "dəqiq vaxtında" sistemi bazar iqtisadiyyatına keçmiş bir çox ölkələrdə tətbiq edilir. Məsələn, Almaniyanın Reqensbur şəhərində yerləşən

"BMV" firması 20 km-lik bir məsafədə fəaliyyət göstərən başqa bir firma tərəfindən hər gün istehsal etdiyi avtomobil üçün – özünün günlük istehsal proqramı müqabilində – avtomobil oturaqları ilə təchiz olunur. Öz-özlüyündə aydındır ki, belə olan halda "BMV" zavodunda avtomobil oturaqlarından istehsal ehtiyatı yaratmağa ehtiyac qalmır. Bu, istehsalla istehlak arasında vaxt, məkan və xüsusilə, istehsal güclərinin uyğunlaşdırılması hesabına mümkün olmuşdur. İstehsalçı ilə istehlakçı müəssisə məkanca bir-birindən "uzaqlaşdıqca" istehsalla istehlakın vaxt üzrə sinxronlaşdırılması mümkünlüyü azalır, başqa sözlə, məhsulgöndərmələr arasındakı vaxt intervalı çoxalır. Bunun nəticəsində də istehlakçı müəssisədə istehsal ehtiyatlarının yaradılması qaçılmaz olur.

Firma və müəssisələrinin ahəngdar işləməsində onların istehsal vasitələri ilə dəst halında, zəruri həcmdə və keyfiyyətdə və xüsusilə, birqərarda təmin olunması həlledici şərtidir. Bunun üçün təjhizat formalarının düzgün seçilməsi çox vacibdir.

Firmanın maddi-texniki təminatı, şəraitdən asılı olaraq, 2 formada həyata keçirilir:

- a) tranzit forması;
- b) anbar forması.

Maddi-texniki təminatın tranzit, başqa sözlə, **məhsulgöndərmənin tranzit formasında** hazır məhsul (maşın, avadanlıq, xammal, material və s.) istehsalçıdan bilavasitə istehlakçıya – vasitəçi və aralıq anbarlara verilmədən – göndərilir. Bu halda hazır məhsul nəqliyyat vasitəsinə 1 dəfə – istehsalçı firmanın anbarından – yüklənir və 1 dəfə də – istehlakçı firmanın anbarına – boşaldılır; bu səbəbdən də yükün istehsalçıdan istehlakçıya doğru hərəkəti sürətlənir, nəqliyyat – tədarükət xərclərinin məbləği azalır və s.

Məhsul göndərmənin (maddi-texniki təminatın) bu formasında əsas məsuliyyəti nəqliyyat təşkilatı daşıyır. Təchizatın tranzit formasını nizamlayan **«tranzit norması»** deyilən bir normadan istifadə olunur.

Tranzit norması – məhsulgöndərən firmanın bir ünvana göndərməyə razı olduğu hazır məhsulun minimum həcmidir. Bu norma məhsul göndərənə nəqliyyat təşkilatının iqtisadi münasibətini nizamlayır. Belə ki, əgər məhsulgöndərən firma istehlakçıya tranzit normasından az miqdar məhsul göndərərsə, nəqliyyat təşkilatına yə-nə də tranzit norması həddində daşınma haqqı ödəməlidir.

Maddi-texniki təchizatın formalarından biri də təchizatın qeyri-tranzit formasıdır – anbar formasıdır .

Təchizatın anbar formasında istehlakçı firma istehsal-texniki təyinatlı məhsulları ya bilavasitə onun istehsalçısı olan firmadan onunla bağlamış olduğu müqavilələr əsasında, ya da vasitəçilərdən ala bilər.

Anbar təchizat formasından istifadə istehlakçı firmanın materiala tələbatı tranzit normasından az olduğu və coğrafi şəraitin əlverişli olmadığı hallarda daha məqsədəuyğun hesab edilir.

Təchizatın qeyri-tranzit (anbar) formasının səmərəli təşkilini nizama salan **«sifariş norması» deyilən normadır.**

Sifariş norması – məhsulgöndərən firmanın bir istehlakçı firmaya göndərəcəyi – istehsal üçün öhdəsinə götürdüyü – materialın minimum miqdarıdır.İstehsalçı firmadan sifariş normasından az miqdarda material istehsal etmək onun üçün iqtisadi baxımdan sərfəli olmadığından o həmin sifərişi qəbul etmir.

Təchizatın anbar formasında materialın istehlakçı firmaya daxil olma tezliyi artır, alınan hər partiyada materialın həcmi az olduğundan istehsal ehtiyatlarının miqdarı da az olur.

Müəssisədə maddi-texniki təminatın idarə edilməsinin yaxşılaşdırılmasının zəruri şərtlərindən biri də anbar təsərrüfatının təşkilidir. Müəssisələr özlərinin hazır məhsulunu və istehsal ehtiyatlarını saxlamaq üçün üç növ anbardan: xüsusi, icarəyə götürülən və ümumi istifadədə olan anbarlardan istifadə edirlər. Ümumi istifadədə olan anbarlar eyni zamanda çoxlu sayda müəssisəyə xidmət göstərir və məhsulun burada saxlanması xüsusi anbar yaradılmasına nisbətən çox vaxt ucuz başa gəlir.

Ölkədə anbar təsərrüfatının inkişafının səmərəli yollarından biri iri məhsul bölüşdürücü mərkəzlərin yaradılması sayıla bilər. Bu mərkəzlər hazır məhsul ehtiyatlarına daha ciddi nəzarət olunmasına, saxlanma xərclərini aşağı salmaq və istehlakçının sifarişlərinin yerinə yetirilməsi müddətini qısaltmağa imkan verir. **Hazırda inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı ölkələrində maddi-texniki təminatın idarə edilməsinin mərkəzləşdirilmiş, qeyri-mərkəzləşdirilmiş və qarışıq növləri təşəkkül tapmışdır.**

İri sənaye müəssisələrinin əksəriyyətində maddi-texniki təminat əsasən mərkəzləşdirilmiş şəkildə idarə olunur. Mərkəzləşdirilmiş

idarəetmə istehsala hazırlığın vahid siyasətini həyata keçirməyə, maliyyə vəsaitlərinə qənaətə, istehsal ehtiyatlarını ixtisar etməyə və uçotunu sadələşdirməyə imkan verir.

Firma müxtəlif coğrafi rayonlarda yerləşən və müxtəlif təyinatlı məhsullar istehsal edən çoxlu sayda müəssisələrdən ibarət olduqda, onda maddi-texniki təminatın idarə edilməsinin qeyri-mərkəzləşdirilmiş formasının seçilməsi daha məqsəduyğun və səmərəli hesab edilir. Həmcins məhsullar istehsal edən firmalar üçün isə maddi-texniki təminatın idarə edilməsinin qarışıq forması daha səmərəlidir. Çünki bu zaman firmanın müəssisələri üçün bir sıra material növləri iri partiyalarla mərkəzləşdirilmiş şəkildə firmanın özü tərəfindən, materialların bəzi növləri isə firmanın öz müəssisələri tərəfindən alınır.

Müəssisənin material resursları ilə təmin edilməsinin, onların istehsalçıdan istehlakçıya hərəkətinin səmərəli təşkili bu prosesin düzgün planlaşdırılmasından çox asılıdır.

İstehsal vasitələrinin məhsul göndərəndən məhsul alan müəssisəyə hərəkəti iki istiqamətdə – təchizat kanalları və təchizatın logistikası vasitəsi ilə – həll oluna bilər.

Təchizat kanalları dedikdə, material resurslarının bilavasitə onun istehsalçılarından birbaşa, yaxud topdan və pərakəndə satışla məşğul olan ticarət təşkilatlarından alınması, agent və brokerlər vasitəsilə və, nəhayət, özünün yaratdığı alış qrupları ilə əldə etmələri nəzərdə tutulur.

Təchizatın logistikası isə material resurslarının fiziki yerdəyişmələrini, onların nəql edilməsini və qorunub saxlanması funksiyalarını həyata keçirir, daha doğrusu, həm yerdəyişmə və həm də nəqlətin təşkili proseslərini idarə edir. Bununla da logistika anbar təsərrüfatının (materialların qorunub saxlanması) iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsində və tədavül xərclərinin azaldılmasında müstəsna əhəmiyyət kəsb edir.

Müəssisədə maddi-texniki təminatın ənənəvi sistemlərindən biri ehtiyatların qorunub saxlanması prinsipinə əsaslanır. Bu zaman istehsala lazım olan material müəssisənin öz anbarından iş yerinə çatdırılır. Əgər lazım olan material tükənmək üzrədirsə və ya anbarda yoxdursa, belə olan bir vəziyyətdə sexdən maddi-texniki təminat xidmətinə sorğu göndərilir. Sorğu əsasında maddi-texniki təminat

xidməti məhsulu məhsulgöndərən müəssisəyə sifariş edir. Təchizatçı isə sifariş əsasında xammal və materialları istehlakçı müəssisəyə-sifarişçiyə göndərir. Sifariş edilən materiallar daxil olduqca müəssisənin anbarına qəbul olunur. Burada materialların keyfiyyəti, onların sənədlərdə göstərilən kəmiyyət və nomenklaturaya müvafiqliyi yoxlanılır. Bundan sonra onlar istehlak edilmək üçün müəssisənin ayrı-ayrı sexlərinə göndərilir.

Maddi-texniki təminat işində vasitəçi firmalarla müqavilə sistemi də geniş yayılmışdır. Bu sistem təminat prosesində daha az həlqəni əhatə edir və yaranan material axını əhəmiyyətli dərəcədə sadələşdirilmiş olur. Vasitəçilərdən istifadə olunması müəssisənin maddi-texniki təminat işini də sadələşdirir və nəticədə, yüklərin seçilməsi və göndərilməsi işləri bölüşdürücü funksiyanı yerinə yetirən, özünün ticarət anbarları olan və müəssisələr arasında vasitəçilik edən, topdansatış ticarət şirkəti tərəfindən yerinə yetirilir.

Bütün qeyd olunanlar bir daha göstərir ki, firmanın normal fəaliyyət göstərməsində maddi-texniki təminat işinin düzgün təşkili müstəsna əhəmiyyətə malikdir.

6. Lizinq təchizatın xüsusi forması kimi

Firmanın maddi-texniki təchizatının təşkili istiqamətlərindən biri də başqasının mülkiyyətində olan istehsal-texniki təyinatlı əmlakından məhsul istehsalında, özünün təsərrüfat fəaliyyətində istifadə edə bilməsidir. Bu, xüsusilə, istehsal vasitələrinin əmək vasitələri hissəsinə aiddir. Buna nail olmağın yolu isə icarə münasibətlərindən yetərli səviyyədə istifadə edə bilməkdir.

İcarə və mülkiyyət münasibətlərinin sıx surətdə əlaqədar, mülkiyyət münasibətlərinin ilkin, icarə münasibətlərinin isə törəmə olduğunu nəzərə alaraq birincinin (mülkiyyət münasibətlərinin) bir qədər geniş izahına ehtiyac vardır.

Mülkiyyət – hər hansı obyektin hansı subyektə məxsusluğunu bildirir; mülkiyyət – təkrar istehsalın fazalarında istehsal vasitələri və istehlak şeylərinə yiyələnməkdə, sahib çıxmaqda insanlar arasında yaranan obyektiv münasibətləri səciyyələndirir. İstehsal vasitələri, xüsusilə, maddi nemətlərin istehsalında həlledici rol oynayan əmək və

sitələri üzərində mülkiyyət və onun formaları cəmiyyətin mahiyyətini müəyyən edən sosial-iqtisadi münasibətləri xarakterizə edir.

Bazar iqtisadiyyatı ilə bağlı mülkiyyət münasibətlərində aparılan islahatlar, daha doğrusu, mülkiyyətin dövlətsizləşdirilməsi və özəlləşdirilməsi, ictimai əmlakın vətəndaşlar arasında bölgüsünü nəzərdə tutur. Mülkiyyətin dövlətsizləşdirilməsinin əsas istiqaməti olan özəlləşdirmə vasitəsi ilə dövlətin əmlakının ya təmənnasız və ya da satış yolu ilə ayrı-ayrı vətəndaşlara, əmək kollektivlərinə və ya da xüsusi hüquqi şəxslərə verilməsidir. Beləliklə, özəlləşdirmə dövlət müəssisələrinin öz yerini müxtəlif təşkilati-təsərrüfatçılıq – fərdi sahibkarlıqdan səhmdar cəmiyyətlərinə qədər – xüsusi və ya qarışıq firmalara verilməsi prosesidir.

Bazara keçid iqtisadiyyatında özəlləşdirilən hər bir dövlət müəssisəsi əslində, nəticə etibarı ilə, iqtisadiyyatın bazar iqtisadiyyatına transformasiya edilməsi deməkdir.

Mülkiyyət islahatı–bazar iqtisadiyyatına keçidin ən vacib şərti olan iqtisadi azadlığın müəssisələrə verilməsidir. Buna səbəb isə özəlləşdirmə yolu ilə dövlət və ya ictimai mülkiyyətin, başqa mülkiyyət formaları ilə yanaşı, xüsusi mülkiyyətlə əvəz edilməsidir.

Xüsusi mülkiyyətə əsaslanan təsərrüfat subyektləri öz fəaliyyətlərində azad və müstəqil olur, dövlətin himayəsindən çıxmaqla özlərini özləri idarə edir, istehsal və kommərsiya – məhsulun istehsalı və satışı – üzrə fəaliyyətlərində təşəbbüskar olur, təsərrüfatçılığın nəticələri üçün özləri məsuliyyət daşıyırlar. Bu qəbildən olan firma və müəssisələr fəaliyyətlərinə aid olan bütün funksiyaları, xarici və daxili mühütün doğurduğu amilləri özləri idarə edirlər. Onlar bəzən – özlərinə faydalı və zəruri olan hallarda – icarə münasibətlərinə daxil olurlar, başqasının əmlakını icarəyə götürür, öz əmlakını icarəyə verirlər.

Mülkiyyətlə sahibkarlığın qarşılıqlı əlaqəsi mürəkkəb və çoxcəhətlidir, mülkiyyət sahibkarlıq üçün ilkin şərtidir – mülkiyyətsiz sahibkarlıq mümkün deyil. İstehsal amillərinin birləşdirilməsi üsulu və xarakterini, həm də sahibkarlığın həyata keçirilmə formalarını müəyyən edən məhz mülkiyyətdir. Sahibkarlığın iqtisadi nəticələrinə – gəlirlərinə – sahib çıxmağı şərtləndirməklə mülkiyyət, sahibkarlıq üçün sövqetmə amili kimi də çıxış edir, bazar üçün sahibkarlığın ən səmərəli formasının seçilməsi işində yardımçı olur.

Sahibkarlıqda mülkiyyət münasibətləri mövcud istehsal resurslarına sərəncam vermək hüququ kimi təzahür edir, özünü göstərir. Bu baxımdan, sahibkarın mülkiyyətə münasibəti onun: a) əmlakdan istifadə; b) əmlakdan gəlir əldə etmək; c) əmlakı dəyişdirmək (başqa şəkilə salmaq) və d) əmlaka sərəncam vermək hüquqları ilə müəyyən olunur.

Mülkiyyət hüquqlarının düzgün bölgüsü mülkiyyət münasibətlərinin mahiyyətini formalaşdırır. Beləki, əmək vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyət əmlak üzərində bütün hüququn, məsuliyyət və səlahiyyətləri sahibkarın əlində təmərküzləşdirməklə istehsalın qalan resurslarından da səmərəli istifadə olunması üçün təkbəşinə qərarlar vermək imkanı yaradır. İstehsal vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyət sahibkarı ehtiyat və riskin optimal sərhədini düzgün müəyyən etməyə və bunlarla özünün kommersion marağını düzgün əlaqələndirməyə şərait yaradır. Bu isə sahibkarın səriştəsindən, yaranan və müttəhərlik olan situasiyalardan düzgün istifadə bacarığından bir başa asılı olur. Səhmdar cəmiyyətlərinə məxsus mülkiyyətdə isə məsuliyyət pərakəndə olur, ayrı-ayrı şəxslərin qərar vermək azadlığı olmur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində mülkiyyət münasibətlərinin önəmli məsələlərindən biri də, artıq qeyd edildiyi kimi, resurslara sərəncam vermək hüququdur. Bunsuz istehsal vasitələri üzərində mülkiyyət öz iqtisadi və hüquqi əhəmiyyətini itirir, mülkiyyətin sahibi öz əmlakından istifadə olunması məsələsini həll edə bilmir. Mülkiyyətdə olan əmlakdan, xüsusilə, istehsal-texniki təyinatlı aktivlərdən istifadə nəinki onun sahibinə fayda gətirir, o, habelə, bütünlükdə iqtisadi inkişafa səbəb olur. Əgər əmək məhsulu olan əmək vasitələrindən istifadə olunmursa onların yaradılmasına çəkilən xərclər ictimai itkiyə çevrilirlər, onların nə üçün istehsal olunmaları sualı cavabsız qalır.

Sahibkarlıq sferasında əmlaka sərəncam vermək hüququ onun sahibinə əmlakı satmaq, bağışlamaq və ondan istifadəni başqasına həvalə etmək səlahiyyətləri verir. İstehsal-texniki təyinatlı əmlakın sahibkar tərəfindən ikinci fiziki və ya hüququ şəxsə istifadə üçün vermək onun tərəfindən, əlbəttə, müəyyən şərtlər əsasında razılaşıdırılır ki, bunu da nizama salan icarə münasibətləridir.

İcarə (kirayə) nədir?

Ümumiyyətlə icarə – əmək vasitələri və digər əmlakın onun sahibi (icarədar) tərəfindən müqavilə əsasında haqqı ödənilməklə başqa

şəxslərə (icarəçilərə) müvəqqəti istifadə üçün verilməsidir; icarə – müqavilə əsasında, müəyyən haqq ödənilməklə, əmlakın müvəqqəti istifadə məqsədilə kirayəyə verilməsidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bəzən müəssisə həтта bütövlükdə icarəyə verilə bilər. Bu halda müəssisənin əmək kollektivi – müvəqqəti olsada – müqavilədə nəzərdə tutulmuş dövr ərzində onun mülkiyyətçisi olur. Lakin, əmək kollektivi, obrazlı deyilsə, müəssisənin formal mülkiyyətçisi olur, dövlət öz müəssisəsinin mülkiyyətçisi hüququnu özündə saxlayır.

Müəssisənin uzun müddətə kirayədə qalması iqtisadi baxımdan daha məqsədəuyğundur. Çünki, əvəla, istehsal olunan məhsulun əmək kollektivinə məxsusluğu onları müəssisənin inkişafında maraqlı edir; ikincisi, gələcəkdə əmək kollektivinin müəssisəni dövlətdən almaq hüququ olduğundan – bu imkanın gerçəkləşdirilməsi ilə iqtisadiyyatın strukturunda dövlət mülkiyyətinin «xüsusi çəkisi»ni azaldır. Bu isə dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsini zəiflədir.

İcarə münasibətlərinin iqtisadi tənzimlənməsi icarədar və icarəçi arasında bağlanmış müqavilə və onun şərtləri əsasında həyata keçirilir.

Əvvəllər qeyd olunduğu kimi, firmaların maddi – texniki təminatında əlavə bir mənbə kimi icarə münasibətlərinə əsaslanan lizinq sövdələşmələrindən istifadə olunur.

Lizinqin ingilis dilindəki «leasing» sözündən tərcüməsi azərbaycanca «icarə» mənasını verir.

Lizinq icarə münasibətlərinin tərkib hissələrindən biri olmaqla, o həm də mütərəqqi investisiya forması hesab edilir; lizinq – investisiya təyinatlı maşın, avadanlıq və digər bu kimi əmlakların uzun müddətə icarəyə götürülməsidir.

Lizinqin mahiyyətinə gəlincə bu, onun predmeti və subyektləri, funksiyaları və prinsipləri, forma və növlərinin xarakterizə edilməsi vasitəsi ilə tam açıqlana bilər. Sadalananların səciyələndirilməsindən öncə lizinqin icarənin xüsusi, daha doğrusu, maliyyə növü olması mütləq vurğulanmalıdır. Maliyyə icarəsi – lizinqi – haqqında bağlanan müqavilənin əsas şərti icarəçinin təklifi ilə icarədar müəyyən satıcıdan bu və ya digər əmlakı öz mülkiyyətinə çevirməklə (satın almaqla) icarəçinin istifadəsinə verməyi öz öhdəsinə götürür. Bu söv-

dələşmə təmənnaz deyil, kommersiya maraqları əsasında baş tutur: əmlak icarədəarın mülkiyyətində qalmaqla **icarəçiyə müəyyən müddət üçün və müəyyən ödənişlə istifadəyə verilir.**

İndi isə lizinqin mahiyyətini açmaqla onun bəzi atributları haqqında.

Lizinqin predmeti, torpaq və digər təbii sərvətlər və habelə dövrüyyəsi qanunla qadağan olunmuş əmlaklar istisna edilməklə, sahibkarlıq fəaliyyəti üçün vacib olan müəssisə, bina, qurğu, avadanlıq, nəqliyyat vasitəsi və digər bu qəbildən olan daşınan və daşınmaz əmlaklardır.

Lizinqin subyektləri isə aşağıdakılardır:

1. **Lizinqverən** – əmlakı əldə edən və onu lizinq predmeti kimi lizinqalana müəyyən müddətə istifadə etmək üçün ödənişli əsaslarla və müəyyən şərtlərlə (qaytarılmaqla, qaytarılmamaqla) verən hüquqi və ya fiziki şəxsdir.

2. **Lizinqalan** – müqavilə əsasında lizinq predmetini müəyyən müddətə ödənişli əsaslarla və şərtlərlə istifadə üçün qəbul edən fiziki və ya hüquqi şəxsdir.

3. **Satıcı** – alqı – satqı müqaviləsinə uyğun olaraq razılaşdırılmış vaxtda lizinqin predmeti olan əmlakı lizinq alana satan fiziki və ya hüquqi şəxsdir.

İcarənin müddətindən asılı olaraq lizinq özünün **rentinq və xayrinq** növlərinə bölünür. Rentinqdə icarə müddəti bir neçə gündən 1 aya qədər, xayrinqdə isə – bir neçə aydan 1 ilə qədər olur.

Lizinqin isə əhatə etdiyi müddətə görə **3 tipi mövcuddur.**

- a) qısa müddətli – 1 il 6 aya qədər;
- b) orta müddətli – 1 il 6 aydan 3 ilə qədər
- c) uzun müddətli – 3 ildən yuxarı.

İcarənin xüsusi forması və kredit münasibətlərinin bir növü kimi **lizinq əqdləri 3 prinsipə söykənir:** a) qaytarılma, b) ödənişli və c) müddətli.

Göstərilən prinsiplərin hər hansı birinin səhifən və ya düşünülmüş şəkildə nəzərə alınmaması lizinqin iqtisadi mahiyyətini və, xüsusilə, onun təyinatını lüzumsuz edir.

Bütün bunlardan başqa lizinq özünü 2 forması ilə – daxili və beynəlxalq – təmsil edir. Əgər həm lizinq verən və həm də lizinqalan ey-

ni ölkənin rezidentləridirlərsə (nümayəndə, müvəkkil) bu daxili və əgər onlardan biri başqa ölkəni təmsil edərsə bu, beynəlxalq lizinq hesab olunur.

Nəhayət, lizinqin mahiyyətini xarakterizə edən bir göstəricidə **onun funksiyalarıdır**. Bu funksiyalar lizinq haqqında bağlanmış müqavilənin «müqabil-tərəfləri» arasında yaranan iqtisadi, daha doğrusu icarə münasibətləri həmin funksiyalardan doğur.

Lizinqin funksiyalarından biri **maliyyə-iqtisad** istiqamətli olmasıdır. Başqa sözlə onun bu funksiyası mövcud olan maliyyə resurslarından səmərəli, məqsədəuyğun istifadə olunması və bir də lizinqə vergi güzəştlərindən gələn qənaətə nail olmaqdır.

Lizinqin digər funksiyası **istehsal-təchizat** yönümlüdür. Bu, hər hansı firmanın öz istehsal fəaliyyətilə bağlı əmək vasitələri kimi əmlakı əldə etmək və istismara buraxmaqdır.

Lizinqin yerinə yetirdiyi bu funksiyasına dolayısı ilə firma ilə lizinqverənin kredit münasibətləri kimi də baxmaq olar. Beləki, əgər firma hər hansı bir istehsal avadanlığını almaq üçün bankdan kredit götürməlidirsə, bunun əvəzində o, lizinqverəndən avadanlığı birbaşa alır.

Yuxarıda göstərilənlərdən aydın olur ki, firmanın maddi-texniki təchizat işinin səmərəli aparılması üçün lizinq münasibətlərinin köməyilə hər hansı istehsal-texniki təyinatlı əmlakı lizinq verənlərdən almaq olar. Maddi-texniki təminatın bu yolu maliyyə resursları nisbətən az olan kiçik və orta ölçülü firma və müəssisələr üçün çox sərfəlidir. Onlar bu halda, məsələn, avadanlığın dəyərini birdən-birə deyil, möhlətlə və həm də tədricən – lizinq müqaviləsində nəzərdə tutulmuş istifadə müddətində və ödənişin məbləği müqabilində ödəyirlər. Lizinqdən istifadə edən firmalar elmi-texniki yeniliklərə yiyələne bilirlər.

Yeri gəlmişkən, firma lizinqverəndən aldığı avadanlığı müqavilədə nəzərdə tutulmuş vaxt ərzində istifadə etdikdən sonra ya onu ala və öz mülkiyyətinə çevirə ya da yeni müqavilə əsasında ondan istifadə vaxtını uzada bilər.

Lizinq şirkəti və eyni zamanda lizinqverən öz mülkiyyətində olan əmək vasitələrini çox az hallarda fiziki şəxslərə verir. O, əsasən, hüquqi şəxslərlə icarə münasibətlərinə girir. İcarənin bu növü, artıq

qeyd olunduğu kimi, orta və kiçik firmaların maddi texniki təminatı üçün daha sərfəli olur.

Lizinqə məxsus olan üstünlüklərdən, başqa sözlə onun gətirdiyi faydadan iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr daha uğurla istifadə edirlər. Beləki, dünya lizinq əqdlərinin yarısından çoxu ABŞ-ın payına düşür; bu ölkənin investisiya qoyuluşunun 31 faizi lizinq sövdələşmələrindən gələn vəsaitlər hesabına maliyyələşdirilir. Fransa və İsveçdə həmin göstərici 15 faizi, İspaniyada 14 faizi təşkil edir. Böyük Britaniyada sənaye sahəsinə qoyulan investisiyanın 18 faizə qədəri lizinq əməliyyatlarından əldə edilən vəsaitlər hesabına həyata keçirilir.

Göstərmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatına keçən ölkələrdə icarə münasibətlərinə və onun bir istiqaməti olan lizinq əməliyyatlarının genişləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirirlər. Bu baxımdan Azərbaycan Respublikası da istisna deyil. Beləki, hələ 15 il bundan öncə, 29 noyabr 1994-cü ildə Ulu Öndər H. Əliyev tərəfindən “Lizinq xidməti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu imzalanmışdır. O gündən ölkədə formalaşdırılan lizinq fəaliyyəti 5 fəsil və 16 maddədən ibarət olan həmin qanunla idarə edilir.

Azərbaycan Respublikasında “AtaHolding” və “AtaBank” açıq səhmdar cəmiyyətləri tərəfindən 2004-cü ildə təsis olunmuş “AtaLizinq” ASC-nin fəaliyyətinin uğurlu saymaq olar. Beləki, nizamnamə kapitalı 1mln.manat olan bu qurum yalnız 2008-ci ildə 75 lizinq müqaviləsi bağlamış, lizinq verilmiş avadanlıqların dəyəri 3,7 mln. manat olmuş, ölkə iqtisadiyyatına yatırılan investisiyanın həcmi 2,8 mln. manatı təşkil etmişdir. “AtaLizinq”in sifariş portfelinin (2008-ci ilin sonu üçün onun məbləği 3,5 mln. manat olmuşdur) mütləq əksəriyyəti – 91,4 faizi – Bakı şəhərinə, qalanı isə ölkənin digər şəhər və rayonlarına məxsus olmuşdur; portfelin sahə quruluşu isə: inşaat – 34,4 faiz, sənaye – 30,4, nəqliyyat – 17,3, ticarət – 11,1, xidmət sahələri – 4,5, yol infrastrukturu – 1,7 və s. faiz olmuşdur.

İcarə münasibətlərinin nizamlanmasında icarədarla icarəçi arasında bağlanan müqavilə şərtləri əsas kimi götürülür və həlledici əhəmiyyətə malikdir. Çünki orada lizinqverənlə lizinqalan arasında icarənin müddəti icarə haqqı və onun ödənilməsi vaxtaşırı, predmetin qaytarılıb qaytarılmayacağı və s. haqqında razılaşmalar rəsmiləşdirir.

lır. Bütün bunlardan hər birinin rol və əhəmiyyətinə baxmayaraq tərəflərin iqtisadi maraqlarında tarazlıq yaradan lizinq ödənişləridir – əmlakın istifadəsi üçün lizinqalan tərəfdən lizinqverənə kirayə haqqıdır.

Lizinq ödənişi aşağıdakı xərcləri özündə birləşdirir:

a) lizinq predmetini müqavilə müddəti ərzindəki amortizasiya ayrımaları;

b) kredit resurslarından istifadə üçün haqq;

c) lizinqverənə onun verdiyi əmlak üçün lizinqalanın mükafatı;

d) lizinqverənin müqavilədə nəzərdə tutulmuş əlavə xidmətləri üçün lizinq alanın ödənişi;

e) lizinqalan tərəfindən – lizinqverənin xidmətləri üçün – ödənilən əlavə dəyər vergisinin məbləği.

Lizinq ödənişinin vaxtaşırılığı (hər il, hər rüb, hər ay, hər həftə) və köçürülmə vaxtı lizinqverənlə lizinqalan arasında bağlanmış müqavilədə əks etdirilir.

İcarə ünsürlərinin, məsələn alqı- satqı, podarat, nümayəndəlik və s. -ni özündə birləşdirən, lakin müqavilə münasibətlərinin müstəqil forması olmaqla fəalyyəət göstərən və hüquqi şəxs olan subyektlərin əməkdaşlığı françayzinq adlanır. Bu, iri və xırda sahibkarlığın qarşılıqlı faydalı əməkdaşlıq münasibətlərinə əsaslanır. İri və xırda firmaların qarşılıqlı təsərrüfat fəaliyyəti (istehsal, kommersiya) onlar arasında bağlanmış françayzinq müqaviləsinin şərtləri ilə nizamlanır. Burada «irilər» françayzer «xırdalar» isə françayzi adları ilə tərəfdəşliq edir, qarşılıqlı şəkildə faydalanırlar.

İqtisadi ədəbiyyatda françayzinqin iki növünü biri-birindən fərqləndirirlər:

a) tədavül sferasında tətbiq edilən;

b) istehsal mahiyyətli

Françayzinqin birinci növündə françayzi françayzerin hər hansı bir məhsulunun realizə edilməsi üzrə ixtisaslaşır. Bu halda iri kommersiya firması françayzer, xırda kommersiya firması isə fransayzi rolunda çıxış edirlər. Başqa sözlə, obrazlı deyilsə, françayzi iri vasitəçinin – kommersiya firmasının – xırda vasitəçisi olur.

Françayzinqin ikinci növündə isə iri və xırda firmalar sırf kommersiya əlaqələri üzrə deyil, istehsal-kommersiya münasibətləri qur-

maq üçün müqavilələr bağlayırlar. Bu halda françayzi (xırda firma) françayzerin istehsal fəaliyyətinə daxil olur, özünün maddi texniki təminatı (xammal, material, yarımfabrikat və s.) üçün bir növ zəmanət alır; marketinq tədqiqatları ilə məşğul olmur, lüzumsuz risklərə getmir və s.

Tədavül françayzinqi də icarə münasibətlərinə söykənən fəaliyyət növü olsada bu və ya digər firmanın maddi – texniki təminatına bilavasitə müdaxilə edə bilmir; onun təyinatı başqadır.

Postsovet məkanında olan ölkələrdə xüsusilə Rusiya Fedarasiyasında tədavül sferasında tətbiq edilən françayzinqi növü daha çox inkişaf etmişdir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Maddi-texniki təminatın mahiyyətini izah edin.
2. Firmanın maddi-texniki təminatı qarşısında duran vəzifələr hansılardır?
3. Firmada maddi-texniki təminat xidmətinin hansı funksiyaları vardır?
4. Tranzit və sifariş normaları haqqında hansı elmi biliklərə maliksiniz?
5. İstehsal proqramının yerinə yetirilməsi üçün materiallara tələbat necə hesablanır?
6. Firmanın avadanlıqlarla tələbatı hansı hallarda yaranır və necə hesablanır?
7. İstehsal ehtiyatları haqqında nə kimi məlumatınız var? Onlar hansı üsullarla idarə olunur?
8. Firmada maddi-texniki təminatın formalarını izah edin.
9. «Lizinq – texniki təchizatın xüsusi formasıdır» fikrini açıqlaya bilərsinizmi?

BÖLMƏ VII

FİRMANIN İSTEHSAL XƏRCLƏRİ, MALİYYƏSİ, QIYMƏT SİYASƏTİ VƏ FƏALİYYƏTİNİN SƏMƏRƏLİLİYİ

Fəsil 17. Firmanın istehsal xərcləri və məhsulunun maya dəyəri

1. İstehsal xərcləri və məhsulun maya dəyərinin mahiyyəti
2. İstehsal xərclərinin təsnifləşdirilməsi
3. Məhsulun maya dəyərinin göstəriciləri
4. Maya dəyərinin idarə edilməsi
5. Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması yolları

1. İstehsal xərcləri və məhsulun maya dəyərinin mahiyyəti

Bazar münasibətləri şəraitində firma (müəssisə) mülkiyyətçidən ayrıldığından, əlahidələşdiyindən həm hüquqi, həm də iqtisadi cəhətdən suverenlik qazanır və öz fəaliyyətini müstəqil surətdə həyata keçirir – planlaşdırır və idarə edir; qurduğu iqtisadi əlaqələr və idarəetmə sistemi istehsal firmasının yeri və rolunu daha da artırır və mürəkkəbləşdirir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində firmanın fəaliyyətinin əsas məqsədi, atributu onun gəlirli olması və rentabelli işləməsidir. Bu isə, əsasən, iki amildən – xərclərin səviyyəsindən və məhsulun qiymətindən birbaşa asılı olur. Hər hansı bir firmanın fəaliyyətinin əsas motivi istehlakçıların tələbatlarını ödəməklə məhsul satışından maksimum mənfəət əldə etmək, başqa sözlə, məhsulun satış qiyməti ilə onun istehsal və satışına çəkilən xərclərin məbləği arasındakı fərqi birincinin xeyrinə artırmaqdır. Bütün hallarda bu starteji məqsədin həyata keçirilməsi istehsal xərclərinin həcmi və səviyyəsi, həmçinin istehsal edilən məhsula olan tələbin həcmi və məhsulun qiyməti ilə məhdudlaşır. Çünki məhsulun istehsalına çəkilən xərclərin səviyyəsi mənfəətin

kütləsini məhdudlaşdıran, tələb və təklifin nisbətində, tarazılığın təsir edən əsas amillərdən biridir.

Bazarda azad və mükəmməl rəqabətin mövcudluğu şəraitində qiymətin səviyyəsi istehsalçıların (satıcıların) və istehlakçıların (alıcıların) istək və iradəsindən asılı olmayaraq tələblə təklif arasındakı nisbət əsasında müəyyən edilir. Deməli, belə bir şəraitdə firmanın mənfəətinin artırılmasına yalnız istehsal xərclərini azaltmaq yolu ilə nail olmaq olar.

İstehsal firması özünün fəaliyyəti prosesində əsas və dövrüyyə fondlarının satın alınması, məhsul istehsalı və onun satılması, kollektivin sosial inkişafı və s. məqsədi ilə xərclər çəkir. Şübhəsizdir ki, bu xərclərin tərkibində məhz məhsul istehsalına çəkilən xərclər ən yüksək paya, xüsusi çəkiyə malikdir.

İstehsal xərclərinin məcmusu istehsal edilən məhsul firmaya neçəyə başa gəldiyini, yəni məhsulun istehsal maya dəyərini ifadə edir. Firma həmçinin məhsulun realizasiyasına (satışına) müəyyən həcmdə xərclər – kommersiya xərcləri – çəkməli olur. Məhsulun istehsal maya dəyəri ilə onun realizasiyasına çəkilən kommersiya xərclərinin cəmi onun (məhsulun) tam maya dəyərini əmələ gətirir. Məhsulun tam maya dəyərinin real həcmi müəyyən etməklə aşağıdakı məsələlərin həllinə nail olmaq mümkündür:

– marketinq tədqiqatlarına və bunun sayəsində daha az xərclərlə yeni məhsul istehsalına başlanmasına dair qərarların qəbul olunmasına;

– məhsulun (işin, xidmətin) maya dəyərinə ayrı-ayrı xərc mədələrinin təsirinin müəyyən edilməsinə;

– qiymətin əmələ gəlməsinə;

– müəssisənin fəaliyyətinin maliyyə nəticələrinin, müvafiq vergilərin və mənfəətin məbəğinin düzgün müəyyən olunmasına və s.

Məhsulun maya dəyəri onun istehsalına sərf edilmiş xammal, material, yanacaq-enerji resurslarının və kənardan alınmış yarımfabrikatların, həmçinin əməyin ödənilməsi xərclərinin və əsas fondların amortizasiya ayırmalarının dəyər ifadəsində cəmini əks etdirir.

Planlaşdırma və uçot praktikasında məhsulun satışa hazırlanma səviyyəsindən asılı olaraq, xərclərin formalaşma mərhələsinə görə

məhsulun texnoloji, sex, istehsal və tam (kommersiya) maya dəyərlərini bir-birindən fərqləndirirlər.

Yeni texnikanın müxtəlif variantlarını iqtisadi cəhətdən qiymətləndirmək və onlardan ən səmərəlisini seçmək üçün texnoloji maya dəyəri göstəricisindən istifadə edilir.

Məhsulun texnoloji maya dəyəri bilavasitə texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar olan sex məsrəflərinin, xərclərinin cəmi kimi müəyyən edilir.

Məhsulun sex maya dəyərində müəyyən bir məhsulun istehsalına sexdə sərf edilən bütün növ məsrəflər, yəni, xammal və material (əsas və köməkçi), yanacaq və enerji məsrəfləri, sexdə çalışan istehsal fəhlələrinin əmək haqqı, avadanlıqların istismarı və sexin idarə edilməsi ilə əlaqədar olan xərclər və sexdə sərf olunan və mühasibat uçotu haqqında əsasnamə ilə məhsulun maya dəyərində daxil edilən digər xərclər aid edilir.

Məhsulun istehsal maya dəyəri hər bir məhsulun istehsalına firmanın sərf etdiyi məsrəflərin ümumi məbləğini əks etdirir və o, məhsulun sex maya dəyəri ilə ümumzavod xərclərinin cəminə bərabər olur.

Məhsulun tam (kommersiya) maya dəyəri məhsulun istehsalı və satışı ilə əlaqədar olan bütün xərcləri (mühasibat uçotu haqqında əsasnaməyə uyğun olaraq maya dəyərində daxil edilən) əks etdirir və o, məhsulun istehsal maya dəyəri ilə firmanın istehsalından kənar çəkdiyi xərclərin cəmi kimi hesablanır.

Məhsulun yuxarıda izah edilən maya dəyərlərinin formalaşması və onların tərkibi aşağıdakı şəkildə verilmişdir (şəkil 17.1)

Məhsulun tam (kommersiya) maya dəyəri						
İstehsal maya dəyəri						
Sex maya dəyəri				Ümumzavod xərcləri	İstehsalın hazırlığına sərf edilən xərclər	
Birbaşa xərclər		Dolay xərcləri				
Xammal, material, yarımfabrikat və dəstləşdirici məmulatlara çəkilən xərclər	İstehsal fəhlələrinin əmək haqqı	Avadanlıqların işi ilə əlaqədar xərclər	Ümum sex xərcləri			Məhsulun satılması ilə əlaqədar olan xərclər

Şəkil 17.1. Məhsulun tam (kommersiya) maya dəyərinin formalaşması

Bazar iqtisadiyyatının qanunları firmanın istehsal etdiyi məhsulların (yerinə yetirilən işlərin, göstərilən xidmətlərin) maya dəyərinin

formalaşmasına daima nəzarət olunmasını tələb edir. Firmada məhsulun (yerinə yetirilən işlərin, göstərilən xidmətlərin) maya dəyərini bir sıra prinsiplərə əməl etməklə, iqtisadi baxımdan, dəqiq hesablanması çox vacibdir. Bu prinsiplərə aşağıda sadalananlar aiddirlər:

– maya dəyərini sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili və həyata keçirilməsi ilə əlaqəsi. Bu prinsipin mahiyyəti odan ibarətdir ki, məhsulun maya dəyərini yalnız onun istehsalı və realizasiyası ilə əlaqədar olan xərclər daxil edilir.

– məhsulun maya dəyəri müəyyən edilərkən xərclərin cari və əsas xərclərə bölünməsi. cari xərclərə bir istehsal tskli ərzində məhsulun buraxılmasında istehlak olunan resursların dəyərləri, əsas xərclərə isə bir neçə istehsal tsklində istifadə edilən və dəyəri cari xərclərə amortizasiya ayırmaları vasitəsi ilə daxil edilən əsas fondların yaradılmasına sərf olunan məsrəflər aid olunur.

– təsərrüfat əməliyyatlarının həyata keçirilməsinə aid məsrəflərin sərf edildiyi dövrdə uçota alınması. Bu prinsipə görə müəssisədə təsərrüfat tədbirlərinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar – pul vəsaitlərinin nə vaxt daxil olmasından və fəhləyə yerinə yetirdiyi işə görə əmək haqqının nə vaxt ödənilməsindən asılı olmayaraq – onlar tədbirin həyata keçirildiyi və ya işin yerinə yetirdiyi dövrün xərcləri kimi uçota alınır. Məsələn, əgər xammal və materiallar kreditə alınmışdırsa, nə vaxt ödənilməsindən asılı olmayaraq onların dəyəri əməliyyatın həyata keçirildiyi dövrün, yəni xammal və materialın alındığı dövrün xərclərinə aid edilməlidir.

– müəssisənin mülkiyyətçidən ayrılması (müəssisənin mülkiyyət baxımından əlahidləşməsi və ya xüsusiləşməsi). Bu prinsipə görə müəssisənin öhdəlik və mülkiyyəti onun təsisçilərinin mülkiyyətindən və öhdəliklərindən (qanunvericilikdə nəzərdə tutulan hallar istisna olmaqla) ayrılır. Başqa sözlə, müəssisə yaradıldığı və qeydiyyatdan keçdiyi gündən təsisçilər onun öhdəliklərinə və borclarına görə, müəssisə isə təsisçilərin öhdəlik və borclarına görə (qanunvericilikdə nəzərdə tutulan hallar istisna olmaqla) məsuliyyət, cavabdehlik daşıyırlar, həmçinin təsisçilər müəssisənin fəaliyyətinə müdaxilə edə bilməzlər.

Məhsulun maya dəyəri mənfəətin kütləsini müəyyən edən başlıca amil olduğundan onun düzgün müəyyən edilməsi firmanın istehsal-

kommersiya fəaliyyətinin əsas maliyyə nəticəsinin – mənfəətin – düzgün hesablanması tələb edir, zərurətə çevirir.

Məlum olduğu kimi, bazar münasibətləri şəraitində fəaliyyəti kommersiya xarakteri daşıyan hər bir istehsal firmasının əsas məqsədi istehlakçıların tələbat və ehtyaclarını daha dolğun öməklə mənfəət əldə etməkdir. Məhz buna görə də bazar iqtisadiyyatı şəraitində mükəmməl rəqəbat mühitinin formalaşması və rəqəbat mübarizəsinin kəskinləşməsi, azad qiymətqoyma (əmələgəlməsi) sisteminin bərqərar olması, inhisarçılığın aradan qaldırılması və s. ilə əlaqədar mənfəətin kəmiyyətini müəyyən edən amil kimi maya dəyərinin rolu daha da artır.

Məhsulun maya dəyəri firmanın fəaliyyətinin həm keyfiyyət və həm də kəmiyyət tərəfini xarakterizə edən göstəricidir. Məhsulun maya dəyəri sintetik, ümumiləşirici göstərici olmaqla məhsul istehsalı ilə əlaqədar olan xərclərin ümumi, yekun göstəricisi kimi çıxış edir. Digər tərəfdən, o, son nəticəyə hansı keyfiyyət amili hesabına – qənatlə və ya israfçılıqla nail olunmasını da səciyyələndirə bilər.

Məhsulun maya dəyəri - məhsul istehsalı prosesində istehlak edilmiş istehsal vasitələrinin və sərf edilmiş canlı əmək məsrəflərinin dəyəri kimi - məhsulun dəyərinin bir hissəsidir. İqtisadi nəzəriyyə klassiklərinə görə, məhsul istehsalına sərf edilən isctimai əmək məsrəfləri (canlı və maddiləşmiş əmək məsrəfləri) həmin məhsulun dəyərini təşkil edir. Məhsulun dəyəri iki hissədən: a) istehsal fondlarının – əsas (tətbiq edilən deyil, istehlak olunmuş) və dövriyyə fondlarının dəyərlərindən və b) yeni yaradılmış dəyərdən ibarətdir.

Məhsulun maya dəyəri, daha doğrusu, istehsal xərclərinin birinci iki elementi – istehlak olunan istehsal vasitələrinin və əmək haqqı formasında işçi qüvvəsinin dəyərlərini özündə birləşdirir.

Məhsulun maya dəyəri təkrar istehsalı bütün iqtisadiyyat miqyasında deyil, ayrılıqda götürülmüş konkret müəssisə səviyyəsində xarakterizə edir və o, məhsulun istehsalçıya neçəyə, hansı xərclər hesabına başa gəldiyini ifadə edir.

Artıq qeyd olunduğu kimi, məhsulun maya dəyərinin isctisadi əsasını ayrılıqda götürülmüş konkret müəssisənin istehsal xərcləri – məcmu ictimai məhsulun əlahiddələşmiş hissəsi təşkil edir. İqtisadi təyiatına görə istehsal xərcləridə (məhsulun dəyəri kimi) iki hissə-

dən: a) istehlak edilmiş əmək vasitələrinin və əmək predmetlərinin dəyərindən və b) əməyin ödənilməsi ilə əlaqədar olan xərclərdən ibarətdir. İstehsal xərclərinin qeyd edilən hər iki hissəsi sadə təkrar istehsala çəkilən xərcləri ödəməklə geniş təkrar istehsalı təmin edir.

Bazar münasibətləri şəraitində məhsulun qiyməti bazarda tələblə təklif arasında nisbət və müəssisədən asılı olmayan digər amillər (məsələn, istehlakçının məhsulun faydalılığını qavramasından, məhsulun imici və ticarət markasından, məhsulun onun problemini həll etməsi səviyyəsindən və s.) əsasında formalaşdığından məhsulun maya dəyərinin qiymətə təsir dərəcəsi məhduddur. Başqa sözlə, firma məhsulunun maya dəyəri yüksək olduğu halda ona bazarda formalaşmış qiymətdən yüksək qiymət müəyyən edə bilmir, bu halda həmin məhsulun istehsalı müəssisəyə ziyanla başa gəldiyindən o, ya məhsulun maya dəyərini aşağı salmaqla onu bazarda formalaşmış qiymətə uyğunlaşdırmaq və ya da həmin məhsulu istehsaldan çıxarmaq məcburiyyətində qalır. Deməli, məhsulun maya dəyəri qiymətə, o isə, öz növbəsində, satışından əldə edilən mənfəətin həcm və səviyyəsinə təsir göstərir.

Yuxarıda qeyd edilənlər bir daha göstərir ki, **bazar münasibətləri şəraitində məhsulun qiyməti tələb və təklif arasındakı nisbət əsasında formalaşsa da maya dəyəri qiymətin səviyyəsini müəyyən edən əsas amil kimi çıxış edir. Çünki məhsulun qiyməti onun maya dəyərini, yəni ona çəkilən xərcləri ödəməklə yanaşı firmaya nəzərdə tutduğu mənfəəti əldə etməyə imkan verməlidir.** Deməli, məhsulun maya dəyəri onun qiymətini və mənfəətin məbləğini müəyyən edən əsas amillərdən biridir.

Məhsulun qiymətinin aşağı həddi kimi onun maya dəyəri götürülür, yəni məhsulun qiyməti onun maya dəyərinə bərabər müəyyən edilir. Bu halda müəssisə ziyanla işləməsə də mənfəət də əldə etmir. Lakin müəssisə rəqiblərin bazar strategiyasını və özünün məqsədlərini nəzərə alaraq məhsuluna maya dəyərindən aşağı qiymət qoya bilər. Məsələn, firma rəqiblərin «hücumundan» müdafiə olunmaq, yaxud rəqibləri sıxışdırıb bazardan çıxarmaq məqsədi ilə öz məhsuluna maya dəyərindən aşağı qiymət qoya bilər. Firmanın məhsulu, obrazlı desək, «ömrünün qürub çağında» olanda, bir qayda kimi, həmin məhsula maya dəyərindən aşağı qiymət müəyyən etməli olur.

Yuxarıda qeyd edilənlərdən aydın olur ki, məhsulun qiyməti ilə onun maya dəyəri arasında sıx kəmiyyət asılılığı vardır. **Məhsulun maya dəyəri məhsulun qiymətinin formalaşmasında baza rolunu oynayır. Eyni zamanda məhsulun qiyməti də – istehlak edilən məhsulların qiyməti - maya dəyərinin səviyyəsinə və mənfəətin həcminə təsir edir.** Belə ki, qiymətin stabilliyi şəraitində məhsulun maya dəyəri nə qədər aşağı olarsa, məhsulun satışından əldə edilən mənfəətin məbləği də bir o qədər çox olur və ya əksinə, məhsulun maya dəyəri nə qədər yüksək olarsa, onda mənfəətin məbləği bir o qədər az olur.

Məhsulun qiyməti onun dəyərinin pulla ifadəsidir. O, məhsulun istehsalı və satışı şəraiti nəzərə alınmaqla məhsulun hazırlanmasına sərf olunan məsrəflər əsasında müəyyən edilir. Ümumiyyətlə, bütünlükdə iqtisadiyyat miqyasında qiymətin səviyyəsi istehsal xərclərinin həcminə uyğun gəlir.

İstehsalçı firma öz məhsulunu istehlakçıya, alıcıya, bəzi hallar, məsələn, möhtəkirlik halı istisna olmaqla, onu bazar qiymətindən yüksək qiymətə sata bilməz. Mükəmməl rəqabət mühüiti şəraitində böyük həcmdə mənfəət əldə etmək məqsədi ilə qiymətin səviyyəsinin artırılması siyasəti düzgün deyildir. Çünki bu halda digər rəqiblər müvəqqəti olaraq məhsullarının qiymətini aşağı sala bilər və müəssisəni sıxışdırıb bazardan çıxara bilər. Yüksək məbləğdə mənfəət əldə etməyin ən etibarlı yolu xərclərdə liderlik strategiyasının, yəni məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması strategiyasının həyata keçirilməsi, istehlakçıların tələbatına daha çox uyğun gələn, ona daha çox fayda vəd edən məhsul istehsal etməklə satışın həcmnin artırılmasıdır.

Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması müəssisənin çox vacib vəzifələrindən biridir. Belə ki, bir tərəfdən, resursların məhdudluğu, digər tərəfdən, məhsul istehsalının ictimai tələbatı uyğun istehsal edilməsi zəruriliyi və sahibkarların daha çox mənfəət əldə etmək istəkləri kimi problemlərin maya dəyərinin aşağı salınmasından, maya dəyərini təşkil edən məsrəflərə qənaət edilməsindən asılıdır.

Maya dəyərinin uçotu və planlaşdırılması, həmçinin onun dinamikasının təhlili və ona nəzarət işində maya dəyərinin stukturunun öyrənilməsi iqtisadi təhlilin mühüm vəzifələrindən biridir. Çünki maya

dəyərinin hərtərəfli və dərindən təhlilinin onun aşağı salınmasının istehsaldaxili ehtiyatlarını aşkar etməyə və həmin ehtiyatların reallaşdırılması üçün tədbirlər hazırlamağa imkan verir.

2. İstehsal xərclərinin təsnifləşdirilməsi

İstehsal prosesində yüzlərlə adda müxtəlif xammal və materiallar, dəstləşdirici məmulatlar istifadə edilir, avadanlıq və maşınlar tətbiq olunur, çoxsaylı texnoloji əməliyyatlar yerinə yetirilir. Bununla əlaqədar olaraq, faktiki istehsal xərclərini uçota almaq və maya dəyəri üzrə tərtib edilən planları əsaslandırmaq üçün istehsal xərclərinin təsnifləşdirilməsi (xərclərin müəyyən qruplarda birləşdirilməsi) zərurəti meydana çıxır.

Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisə səviyyəsində istehsal xərcləri, hər şeydən əvvəl, aşağıdakı 3 əsas növə bölünür:

1. Məhsulun istehsalı və satışı ilə əlaqədar olan xərclər, başqa sözlə, uyğun olaraq, məhsulun istehsalı maya dəyəri və tam maya dəyəri; həmin xərclər cari məsrəflərdir və məhsul satışından əldə edilən gəlirlər hesabına ödənilir.

2. İstehsalın genişləndirilməsi və yeniləşdirilməsi ilə əlaqədar olan xərclər. Bu xərclər yeni məhsulun yaradılması və mövcud məhsulun modernləşdirilməsinə sərf olunan birdəfəlik xərclərdir. İqtisadi mahiyyətinə görə bu xərclər əsaslı vəsait qoyuluşlarına aid edilir.

3. Firmanın sosial-mədəni, mənzil-kommunal, məişət və qeyri-istehsal ehtiyaclarına sərf edilən xərclərdir. Bu xərclər istehsalla birbaşa əlaqədar olmadığından məhsulun maya dəyərinə daxil edilmir və onlar, əsən, müəssisənin mənfəəti hesabına maliyyələşdirilir.

Maya dəyərin hesablanması məqsədindən asılı olaraq xərclərin iki əsas: a) istehsal məsrəflərinin iqtisadi elementlərinə (xərclər smetası) görə və b) xərc maddələrinə (kalkulyasiya) görə təsnifləşdirilmə sistemi mövcuddur.

Məhsulun istehsal məsrəflərinin iqtisadi elementlərinə - bu, xərclər smetası da adlandırılır - məhsulun maya dəyərinə daxil edilən müxtəlif resursların məsrəfləri iqtisadi mahiyyətinə görə qruplaşdırılır. Bu halda məhsulun maya dəyəri, başqa sözlə, xərclər smetası məhsul istehsalı və satışı planının yerinə yetirilməsi üçün tələb edilən resursların həcmnin dəyər ifadəsində əks etdirilməsinə imkan verir. İqti-

sadi elementlər üzrə istehsal xərcləri (xərclər smetası) iqtisadi mahiyyətinə görə aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir;

1. Material xərcləri (geri qaytarılan, istifadəsi mümkün olan tullantıların dəyərini çıxmaqla);

2. Əmək haqqı xərcləri;

3. Sosial sığorta ayırmaları;

4. Əsas fondların amortizasiyası (köhnəlməsi);

5. Sair xərclər.

Məsrəflərin yuxarıda qeyd edilən bu jür təsnifləşdirilməsi bütün firma və müəssisələr üçün nümunəvi və məcburidir. Bu təsnifləşdirmə sistemindən istehsal xərclərinin smetasının tərtib olunmasında istifadə edilir.

İqtisadi elementlərinə görə xərclər təsnifləşdirildikdə onların istehsalın, texnoloji prosesin hansı mərhələsində yaranmasından və hansı məhsulun istehsalına sərf edilməsindən asılı olmayaraq iqtisadi mahiyyətinə, təyinatına uyğun olaraq qruplaşdırılır. Buna müvafiq olaraq «**Material xərcləri**» qrupuna istehsal planının yerinə yetirilməsi üçün zəruri olan xammal və materialların, texnoloji məqsədlər və cari təmir üçün istifadə edilən materialların, avadanlığın təmiri edilməsi üçün istifadə edilən ehtiyat hissələrinin və aşınma nəticəsində sıradan çıxan alətlərin, tərtibatların və azqıymətli tez köhnələn əşyaların dəyəri, həmçinin həm texnoloji məqsədlər, həm də müəssisənin təsərrüfat ehtiyacları üçün istifadə edilən bütün növ yanacaqın və enerjinin satın alınmasına çəkilən xərclər aiddir. Göründüyü kimi, maya dəyərinin bu xərc elementində yalnız xamal və materiallarla əlaqədar olan xərc elementləri əks etdirilir.

«**Əmək haqqı xərcləri**» elementinə firmanın bütün işçi heyətinin əmək haqqının ödənilməsi ilə əlaqədar məcmu xərclər: əsas və köməkçi fəhlələrin, mühəndis-texniki işçilərin, quluqçu və qalan digər kateqoriya işçilərin bütün əmək haqqı (əsas və əlavə) aid edilir.

«**Sosial sığorta ayırmaları**» xərc elementinə ölkə qanunvericiliyinə uyğun olaraq işçilərə ödənilən bütün növ əmək haqqının ümumi məbləğinə müənasib olaraq Dövlət sosial sığorta fonduna məcburi ayırmalar daxildir.

«**Əsas fondlarının amortizasiyası (köhnəlməsi)**» xərc elementində əsas fondların balans dəyərinə görə ölkə qanunvericilik aktla-

rında nəzərdə tutulandan yüksək olmayan normalarla hesablanmış amortizasiya (köhnəlmə) ayrımaları uçota alınır.

Məhsulun maya dəyərinin «Sair xərclər» elementində istehsalın hazırlanması və mənimsənilməsi xərcləri, istehsalın təşkili və texnologiyasının təkmilləşdirilməsinə, məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi tədbirlərinə sərf edilən cari məsrəflər, həmçinin ixtiralar və səmərələşdirici təkliflərlə əlaqədar məsrəflər əks etdirilir.

İstehsal məsrəflərinin (xərclərinin) iqtisadi mahiyyətinə (təyinatına) görə qruplaşdırılmasının firmanın təsərrüfat-maliyyə fəaliyyətinin nəticələrinin təhlil edilməsində və mühasibat uçotunun təşkilində mühüm əhəmiyyəti vardır. Bu, firmanın istehsal məsrəflərinin məbləğini və ya smetasını tərtib etmək, maddi və pul resurslarına, dövrüyyə vəsaitlərinə olan tələbini müəyyənləşdirmək, maya dəyəri planının məhsul istehsalı və satışı ilə uzlaşdırmaq, maya dəyərin quruluşunu müəyyən etmək və maya dəyərinin aşağı salınması məqsədilə tədbirlər işləyib hazırlamaq üçün ona hər il – özü də rüblərə bölünmüş halda – lazımdır.

Lakin xərclər iqtisadi mahiyyətinə görə təsnifləşdirildikdə onun hansı məhsula sərf edildiyi məlum olmadığından bu təsnifləşdirmədən müəssisədə istehsal edilən hər bir növ məhsul vahidinin maya dəyərinin hesablanmasında istifadə olunması mümkün deyildir. Buna görə də məhsul vahidinin maya dəyərinin hesablanmasında məsrəflərin kalkulyasiya maddələri üzrə təsnifləşdirilməsi sistemindən istifadə edilir. Kalkulyasiya (latın sözü olub Azərbaycan dilində «hesablama», «hesab» mənalarına uyğun gəlir) xərclərin daşıyıcısının – məhsulun – hər vahidinin istehsalı və satışına məsrəflərin hesablanmasıdır.

Məhsulun maya dəyərinin planlaşdırılması və uçotu praktikasında kalkulyasiyanın məsrəf maddələri üzrə nümunəvi qruplaşdırılmasından istifadə edilir.

Kalkulyasiyanın xərc maddələri aşağıdakılardır:

- 1) xammal və materiallar;
- 2) satın alınmış dəstələşdirici məmulatlar və yarımfabrikatlar, müəssisəyə kooperasiyaləşmə yolu ilə göstərilən xidmətlər;
- 3) qaytarlıan tullantılar (bu xərclər məhsulun maya dəyərindən çıxılır);
- 4) texnoloji ehtiyaclar üçün sərf edilən yanacaq və enerji;

- 5) istehsal fəhlələrinin əsas əmək haqqı;
- 6) istehsal fəhlələrinin əlavə əmək haqqı;
- 7) sosial sığorta ayırmaları;
- 8) yeni istehsalın hazırlanması və mənimsənilməsi xərcləri;
- 9) xüsusi təyinatlı alətlər və tərtibatların alınması xərcləri və sair xüsusi xərclər;
- 10) avadanlıqların istisamra yararlı vəziyyətdə saxlanması və istismarı xərcləri;
- 11) sex xərcləri;
- 12) ümumzavod xərcləri;
- 13) zay məhsul hesabına yaranan itkilər;
- 14) sair istehsal xərcləri;
- 15) istehsaldankənar xərclər.

Qeyd olunan bu xərc maddələrinin 1-11-ci maddələrinə aid edilənlərin cəmi **məhsulun sex maya dəyərini**, 1-14-cü maddələrinə aid olunanların məcmuu **məhsulun istehsal maya dəyərini** ifadə edir. Məhsulun tam dəyərini hesablamaq üçün onun istehsal maya dəyərinin üzərinə istehsaldankənar xərclərinin məbləği əlavə edilməli, başqa sözlə, məhsulun istehsal maya dəyəri ilə hazır məhsulun satış xərclərini toplamaq lazımdır. Məsrəflərin kalkulyasiya mədələri üzrə qruplaşdırılması hər bir məhsulun maya dəyərini müəyyən etməyə imkan verir. O, məsrəflərin yaranma yeri, onların təyinatı, məhsul istehsalı, texnoloji proses, avadanlığa qulluq edilməsi və idarəetmə ilə bilavasitə əlaqədar olan məsrəfləri xarakterizə edir. Məhsulun maya dəyərində **«Xammal və material» xərc maddəsi** ən böyük xüsusi çəkiyə malikdir. Bu xərc maddəsinə istehsal edilən məhsulun substansiyasını – onun məğzini, məzmununu – təşkil edən xammal və material məsrəfləri aid edilir. Bu xərc maddəsinə həmçinin, ayrıca bir xərc maddəsi kimi uçota alınmadığı halda, texnoloji məqsədlər üçün istifadə edilən köməkçi material məsrəfləri də aid edilir.

Qaytarılan tullantıların dəyəri xammal və material məsrəflərindən çıxılır. İstehsalda istifadəsi imkanından asılı olaraq qaytarılan tullantılar istifadəsi mümkün və istifadəsi mümkün olmayan tullantılara bölünürlər. İstehsalda istifadə olunan tullantılar müəsisəyə məhsul istehsalı üçün lazım olan tullantılara aiddir. İstifadə edilməyən tullantılar kənar müəsisə və təşkilata satıla bilər.

«Satın alınmış dəstləşdirici məmulatlar və yarımfabrikatlar, müəssisəyə kooperasiyalaşma yolu ilə göstərilən xidmətlər» xərc maddəsində kooperasiyalaşma yolu ilə alınmış yarımfabrikatların, hissə və qovşuqların dəyəri, həmçinin göstərilmiş xidmətlərin haqqının ödənilməsi ilə əlaqədar olan xərclər əks etdirilir.

«Texnoloji ehtiyaclar üçün yanacaq və enerji» xərc maddəsinə bilavasitə məhsul istehsalında istehslak edilən yanacaq və enerjiyə (həm öz istehsalı olan, həm də kənar müəssisə və təşkilatlardan satın alınan) çəkilən xərclər aid edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, xammal və materialların, yarımfabrikatların, yanacağın və enerjinin göndərilməsi ilə əlaqədar olan nəqliyyat-tədarükat xərcləri, yəni onların daşınması, yüklənilib-boşaldılması və saxlanması xərcləri müvafiq xərc maddələrində nəzərə alınır.

«İstehsal fəhlələrinin əsas əmək haqqı» xərc maddəsinə həm istehsal fəhlələrinin, həm də istehsalın təşkili və idarə edilməsində birbaşa iştirak edən mühəndis-texniki işçilərin əsas əmək haqqı daxil edilir.

«İstehsal fəhlələrinin əlavə əmək haqqı» xərc maddəsinə isə məhsul istehsalına (xidmətlərin göstərilməsinə, işlərin yerinə yetirilməsinə) sərf olunmamış vaxt üçün qanunvericilik aktlarında nəzərdə tutulmuş ödənişlər: növbəti və əlavə məzuniyyətlər, südəmər uşaqlı analara güzəşt saatlarına, fəxri adlara və s. görə ödənişlər daxil edilir.

«Sosial sığorta ayırmaları» xərc maddəsində istehsal fəhlələrinin əsas və əlavə əmək haqqının məbləğindən ölkə qanunvericiliyində nəzərdə tutulan normalara uyğun olaraq sosial sığorta fonduna edilən ödənişlərin məbləği əks etdirilir.

«Yeni istehsalın hazırlanması və mənimsənilməsi xərcləri» maddəsində yeni istehsalın mənimsənilməsi, yeni sex və aqreqatların istismara verilməsi (buraxılışı xərcləri), yeni texnoloji proseslərin hazırlanması və mənimsənilməsi (digər mənbələrdən ödənilən xərclər istisna olmaqla), yeni texnikanın yaradılması və mənimsənilməsi üçün yaradılan mükafatlandırma fonduna ödənişlər və bu qəbildən olan digər xərclər əks etdirilir.

«Xüsusi təyinatlı alətlər və tərtibatların alınması xərcləri və sair xüsusi xərclər» maddəsində konkret məhsulun istehsalında istifadə edilən xüsusi alət və tərtibatların hazırlanmasına, satın alınması-

na və təmirinə sərf olunan məsrəflər uçota alınır. Xüsusi alət və tərtibatlara modellər, sökülüb-quraşdırılan qəliblər, qəlib qutuları, şamp-lar, pres-formalar, həmçinin dəyərindən (qiymətindən) asılı olmayaraq müxtəlif növ xüsusi alətlər (kəşiçi, ölçü və köməkçi) aid edilir.

«Avadanlıqların istismara yararlı vəziyyətdə saxlanması və istismarı xərcləri» maddəsində istehsal və qaldırıcı-nəqliyyat avadanlıqlarının istismara yararlı vəziyyətdə saxlanması, amortizasiyası, cari təmiri, həmçinin alət və tərtibatların bərpa edilməsinə sərf edilən məsrəflər əks etdirilir.

«Sex xərcləri» maddəsinə sexin idarəetmə aparatının əmək haqqı; sex təyinatlı binaların, tikililərin və inventarların amortizasiyası; sexlərdə əməyin mühafizəsi və təhlükəsizliyi tədbirlərinə sərf edilən məsrəflər; istehsalın idarə edilməsi və ona xidmət göstərilməsi ilə əlaqədar olan xərclər; həmçinin qanunvericilikdə nəzərdə tutulan digər xərclər aid edilir.

«Ümumzavod xərcləri» maddəsində ümumiyyətlə, firma səviyyəsində istehsalın təşkili və idarə edilməsi ilə əlaqədar olan xərclər; firmanın idarə aparatı işçilərinin əsas və əlavə əmək haqqı; xidməti ezamiyyə xərcləri; minik avtomobillərinin saxlanması xərcləri; kantor, mətbəə, poçt-teleqraf və telefon xərcləri; ümumzavod təyinatlı binaların, tikililərin və inventarların saxlanması və cari təmiri xərcləri; istehsal heyətinin səfərbər edilməsi və kadrların hazırlanması və yenidən hazırlanması xərcləri; müəssisənin mühafizəsi xərcləri və qanunvericilikdə nəzərdə tutulan digər xərclər əks etdirilir.

«Zay məhsul hesabına yaranan itkilər» xərc maddəsinə zay məhsul istehsalı ilə əlaqədar yaranan itkilər, yəni zay (çıxdaş edilmiş) məhsulun dəyəri və bu məhsulun yararlı formaya gətirilməsinə çəkilən xərclər aid edilir. Qüsurun, defektin xarakterindən asılı olmayaraq o, aradan qaldırıla bilən və aradan qaldırıla bilməyən ola bilər. Zay məhsul istehsalçı müəssisədə aşkar edildikdə, bu daxili zay məhsul, istehlakçı müəssisədə aşkar edildikdə isə xarici zay məhsul adlanır.

«Sair istehsal xərcləri» xərc maddəsində elmi-tədqiqat və təcrübə-sınaq işlərinə sərf edilən məsrəflər; məhsulun təminatlı (zəmanətli) xidməti və təmiri ilə əlaqədar olan xərclər; yuxarıda göstərilən maddələrə aid olmayan digər xərclər uçota alınır.

«İstehsaldan kənar xərclər» xərc maddəsində məhsulun satışı xərcləri; məhsulun satılmaması və ya vaxtında satılmaması nəticəsində yığılıb qalması ilə əlaqdar yaranan xərclər; məhsulun qablaşdırılması, onun təyinat məntəqəsinə çatdırılması və bu zaman həyata keçirilən yükləmə-boşaltma əməliyyatlarına çəkilən xərclər nəzərə alınır.

Ümumsex və ümumzavod xərcləri məhsul vahidinin maya dəyərinə istehsal fəhlələrinin əsas əmək haqqının ümumi məbləğinə və ya avadanlığın saxlanması və istismarı xərclərinə mütnasib nisbətdə daxil edilir.

İstehsal xərcləri tərkibinə görə **sadə və kompleks xərc maddələrinə bölünür**. Sadə xərc maddələrinə yalnız bir xərc elementindən ibarət olan xərc maddələri aid edilir. Məsələn, xammal və material, satın alınmış dəstləşdirici məmulat və yarımfabrikatlar, istehsal fəhlələrinin əsas və əlavə əmək haqqı, texnoloji ehtiyaclar üçün yanacaq və enerji məsrəfləri sadə xərc maddələrinə aiddir. **Kompleks xərc maddələrinə isə bir neçə xərc elementindən ibarət olan, yəni tərkibinə müxtəlif növ məsrəflərin daxil olduğu xərc maddələri aid edilir**. Bura avadanlıqların saxlanması və istismarı xərcləri, ümumsex xərcləri, ümumzavod xərcləri, zay məhsul istehsalı nəticəsində yaranan itkilər aiddirlər. Məsələn, zay məhsul istehsalı nəticəsində yaranan itkilərə zay (çıxdaş edilmiş) məhsulun yararlı hala salınmasına sərf edilən xammal, material və yarımfabrikatların dəyəri, qüsurun aradan qaldırılması işini yerinə yetirən işçilərin əmək haqqı, həmçinin avdanlıqların saxlanması və istismarı xərclərinin və ümumsex xərclərinin müvafiq hissəsi aid edilir.

Məhsul istehsalının həcmindən asılılıq dərəcəsinə görə xərclər a) şərti-dəyişən və ya birbaşa xərclərə və b) şərti-sabit və ya dolay xərclərə bölünürlər.

Şərti-dəyişən xərclərə ümumi məbləği məhsul istehsalının həcmnin dəyişməsinə (artması və ya azalmasına) uyğun olaraq dəyişən (müvafiq olaraq artan və ya azalın) xərclər aiddir. Belə ki, məhsul vahidinin istehsalına sərf edilən xammal və material, yanacaq və enerji məsrəfləri, işəməzd işləyən istehsal fəhlələrinin əmək haqqı və s. aiddir. Bu xərclərin bir qismi məhsul istehsalının həcmnin artması və ya azalmasına xətti mütnasib olaraq, digər qismi isə qeyri-xətti mütnasib olaraq artır və ya azalır. Məsələn, birbaşa iş-

muzd əmək haqqı sistemində istehsal fəhlələrinin əmək haqqı məsərfələrinin, məhsul istehsalına əsas xammal və material məsərəflərinin həcmi məhsul istehsalının həcmi artdığı tempdə, mütərəqqi işəməzd əmək haqqı sistemində isə onun həcmi məhsul istehsalının həcmnin artım tempindən yüksək tempə, avadanlıqların saxlanması və istismarı məsərəflərinin həcmi isə, əksinə, aşağı tempə artır.

Şərti-sabit və ya dolayı xərclərə həcmi istehsalın həcmnin dəyişməsindən asılı olmayan, istehsal dövrü ərzində həcmi sabit qalan xərclər aid edilir. Bu xərclərə əsas fondların amortizasiya ayrımaları, vaxtamuzd işləyən fəhlələrin və müəssisənin rəhbərliyinin, mühəndis-texniki və kiçik xidmət heyətinin əmək haqqı xərcləri və s. aiddir. Şərti-sabit xərcləri də konkret məhsul növünə aid edilə bilinən xərclərə və konkret məhsul növünə aid edilə bilinməyən xərclərə bölmək olar. Adlarından görüldüyü kimi, konkret məhsula aid edilə bilinən xərclərə hansı məhsul növünə aid edilməsi müəyyən oluna bilən, aid edilə bilinməyən xərclərə hansı məhsul növünə istehsalı və ya satışı ilə əlaqədar olduğunun müəyyənlişməsi mümkün olmayan xərclər aiddir. Məsələn, məhsulun reklam xərclərinin hansı məhsul növü ilə əlaqədar olduğunu müəyyən etmək və konkret məhsulun maya dəyərində daxil etmək olar. Konkret məhsul növünə aid edilə bilinməyən xərclər istehsal olunmuş məhsul növləri arasında ayrı-ayrı məhsulların pay nisbətində uyğun şəkildə bölünür və məhsulun maya dəyərində daxil edilir.

İstehsal xərclərinin məhsulun həcmindən asılı olaraq qruplaşdırılması məhsulun maya dəyərində aşağı salınması tədbirlərinin hazırlanmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, məhsul istehsalının həcmnin artması sayəsində hər məhsul vahidinə düşən sabit xərclərin səviyyəsinin və məbləğinin azalması «miqyas effekti» adlanan səmərənin yaranmasına səbəb olur.

Məhsul istehsalı ilə əlaqədar məsərəflərin qruplaşdırılması onun maya dəyərində tərkibini və quruluşunu müəyyən etməyə, öyrənməyə və təhlil etməyə imkan verir. Məhsulun maya dəyərində tərkibi dedikdə onu təşkil edən xərclərin kəmiyyət xarakteristikası, yəni ayrı-ayrı xərc maddələrinin məbləği başa düşülür. Məhsulun maya dəyərində quruluşu dedikdə isə onu təşkil edən xərclərin nisbəti, daha dəqiq ifadə etsək, məhsulun tam maya dəyərində ayrı-ayrı xərc maddələrinin payı, xüsusi

çəkisi başa düşülür. **Məhsulun maya dəyərini tərkibi və quruluşunun təhlili müəssisənin texniki-iqtisadi göstəricilərinin ümumi təsvirini yaratmağa və məhsulun maya dəyərini aşağı salınmasının əsas istiqamət və mənbələrini müəyyənləşdirməyə imkan verir.**

Məhsulun maya dəyərində bu və ya digər xərclərin üstünlük təşkil etməsindən asılı olaraq məhsul material tutumlu, yanacaq tutumlu, enerji tutumlu, fond tutumlu və ya əmək tutumlu məhsul ola bilər. Məhsulların bu təsnifləşdirilməsi onların maya dəyərini aşağı salınması istiqamtlərini və onun hansı xərclər hesabına mümkün olduğunu müəyyənləşdirməyə imkan yaradır.

3. Məhsulun maya dəyərini idarə edilməsi

Firmada məhsulun maya dəyərini idarə edilməsi kompleks xarakter daşıyır. Maya dəyərini idarə edilməsinə onun proqnozlaşdırılması və planlaşdırılması, xərclərin normalaşdırılması, məhsulun maya dəyərini kalkulyasiyası, maya dəyərini nəzarət edilməsi və onun tənzimlənməsi aiddir. Məhsulun maya dəyərini idarə edilməsi prosesində əmtəəlik (ümumi, realizə edilmiş) və ayrı-ayrı məhsul növlərinin maya dəyəri formalaşdırılır, hər bir məhsul növünün qiyməti və rentabellik səviyyəsi müəyyənləşdirilir, maya dəyəri təhlil edilir, plandan kənarlaşmalar və onların səbəbləri aşkar olunur, maya dəyərini səviyyəsinə nəzarət edilir. Sonra isə bütün bunların əsasında maya dəyərini aşağı salınması ehtiyatları aşkar edilir və bu ehtiyatların reallaşdırılması imkanları müəyyənləşdirilir. Buna görə də xərclərin idarə olunmasından əsas məqsəd resurslardan maksimum səmərəli istifadə edilməsidir.

Məhsulun maya dəyərini idarə edilməsinin mühüm istiqamətlərindən biri xərclərin faktiki həcmi və səviyyəsinin normativ və ya plan göstəriciləri ilə müqayisə edilməsidir. Bu müqayisə həm bütövlükdə məhsulun maya dəyəri üzrə, həm də onun ayrı-ayrı xərc maddələri üzrə aparılır, normativ və ya plan göstəricilərindən kənarlaşmalar müəyyənləşdirilir və onların yaranma səbəbləri hər tərəfli və sistemli şəkildə təhlil edilir. Təhlilin başlıca məqsədi kənarlaşmanın yaranmasına səbəb olan bütün amillərin aşkar edilməsi və onların dəqiq və obyektiv qiymətləndirilməsi, buna görə müvafiq şəxslərin məsuliyyətinin müəyyən olunmasıdır. Kənarlaşmaların vaxtında təhlil və aşkar edilməsi neqativ meyillərin aradan qaldırılma-

sı və onların təkrar olunmaması üçün zəruri idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsinə imkan yaradır.

Müəssisədə xərclərin idarə edilməsi prosesində məhsul istehsalının zərərsizlik nöqtəsinin müəyyən olunması xüsusi rol oynayır və mühüm əhəmiyyətə malikdir. Məhsul istehsalının zərərsizlik nöqtəsinin müəyyən edilməsinin məqsədi məhsul istehsalının həcmi ilə maliyyə nəticələri arasındakı əlaqənin, asılılığın müəyyən olunmasıdır. İqtisadiyyatda geniş yayılmış zərərsizlik nöqtəsi və ya məhsul istehsalının kritik həcmi (həddi) adlanan bu metod ilk dəfə 1930-cu ildə mühəndis Uolter Raumenştraux tərəfindən təklif edilmiş və o (metod) istehsal xərclərinin dəyişən və sabit xərclərə bölünməsinə əsaslanır.

Belə ki, dəyişən xərclərdən fərqli olaraq, məhsul istehsalın həcmi artdıqca məhsul vahidinə düşən xərclərin həcmi – onun həcmnin istehsalın həcmindən asılı olmaması səbəbindən – azalır və bunun nəticəsində «miqyas effekti» adalan səmərə əldə edilir, başqa sözlə, məhsul vahidinə düşən xərclərin həcmi azalır. Buna görə də məhz məhsul vahidinə sərf edilən dəyişən xərclərin səviyyəsi stabil qaldığı, hətta məhsul istehsalının artımı dəyişən xərclərin artım tempini qabaqladığı hallarda sabit xərclər məhsulun tam maya dəyərinin aşağı salınmasının başlıca istiqaməti və amillərindən biri kimi çıxış edir. Şərti-sabit, dəyişən və məcmu xərclər arasındakı qarışılıqlı asılılıq aşağıdakı şəkildə verilmişdir (şəkil 17.2).

Məhsulun tam maya dəyəri ilə onun tərkib elementi olan şərti-dəyişən və şərti-sabit xərclər arasındakı qarışılıqlı əlaqəni aşağıdakı düstur formasında ifadə etmək olar:

$$Z_i = C_i + \frac{F_i}{Q_i}$$

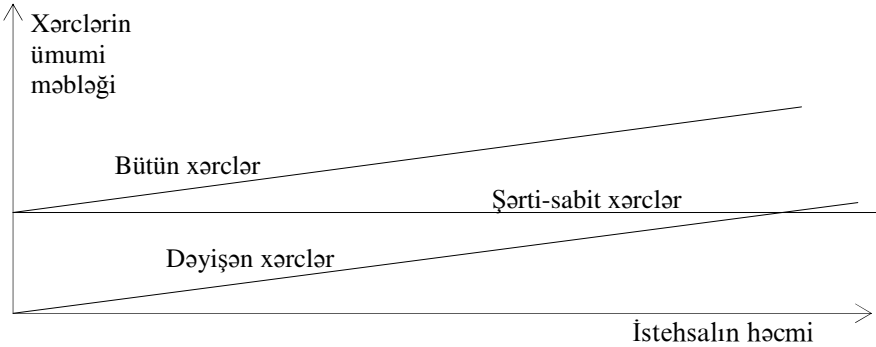
Burada, Z_i – i növ məhsul vahidinin tam maya dəyəri,

C_i – i növ məhsul vahidinə düşən şərti-dəyişən xərclərin məbləği;

F_i – i növ məhsul istehsalına sərf olunan şərti-sabit xərclərin ümumi məbləği;

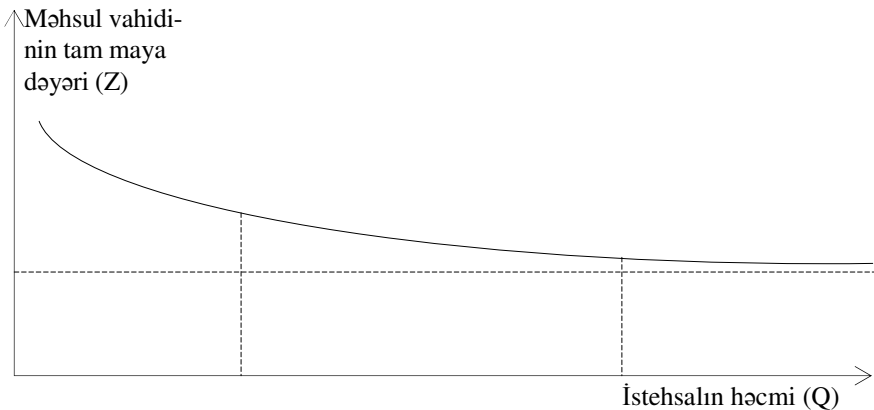
Q_i – i növ məhsul istehsalının həcmi;

i – müəssisədə istehsal edilən məhsul növləridir, $i = 1 \div n$.



Şəkil 17.2. Şərti-sabit, şərti-dəyişən xərclərin və onların ümumi məbləğinin qarışılıqlı əlaqəsi

Məhsulun istehsalı və satışının operativ idarə edilməsinə dair qərarların qəbulu olunmasının, istehsal xərcləri norma və normativlərinə əməl edilməsinin və mənfəətinin həcmnin artırılmasının əsas amillərindən olan istehsal xərclərinin həcm və səviyyəsinin azaldılmasını təmin etmək məqsədi ilə mütəmadi olaraq istehsal xərclərinin faktiki səviyyəsini xərclər smetası, həmçinin məhsul vahidinin faktiki maya dəyərini onun plan maya dəyəri ilə müqayisə etmək lazımdır.



Şəkil 17.3. Məhsul vahidinin tam maya dəyəri ilə istehsalın ümumi həcmi arasında qarışılıqlı əlaqə

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, zərərsizlik nöqtəsinin müəyyən edilməsi və zərərsizliyin təhlili xərclərin idarə edilməsində mühüm rol oynayır. Zərərsizlik nöqtəsi müəssisənin öz məhsulunun qiyməti ilə

manevr etmək imkanını göstərir. Zərərsizlik nöqtəsi məhsul istehsalının elə bir kritik həcminə uyğun gələn həddidir ki, bu zaman satışdan əldə edilən gəlirlərin məbləği onun tam maya dəyərində bərabər olmasını ifadə edir. Başqa sözlə, zərərsizlik nöqtəsində məhsul vahidinin qiyməti onun istehsalı və satışına çəkilən xərclərin ümumi məbləğinə bərabər olur. İstehsalının kritik həcmindən artıq məhsul istehsalı isə müəssisəyə mənfəətlə, həmin həcmdən aşağı məhsul istehsalı isə müəssisəyə ziyanla başa gəlir. Xərclərin idarə edilməsi prosesində zərərsizliyin təhlilinin əsas vəzifəsi aşağıdakılardır:

- zərərsizlik nöqtəsinin, yəni məhsul satışımdan əldə edilən gəlirlərin onun istehsalı və satışına çəkilən xərclərə (tam maya dəyərində), mənfəətin isə sıfıra bərabər olduğu nöqtənin müəyyən edilməsi;
- planda nəzərdə tutulan mənfəətin əldə edilməsini təmin edən məhsul istehsalının həcmninə aşkarlanması;
- planda nəzərdə tutulan mənfəəti və tələbi təmin edən qiymətin müəyyən edilməsi;
- ən səmərəli texnoloji istehsal üsulunun seçilməsi;
- optimal istehsal planının tərtibi.

Məhsulun qiyməti məhsul vahidinə çəkilən xərclərə görə müəyyən edildiyindən zərərsizlik nöqtəsi (həddi), yəni məhsul istehsalının kritik həcmi (Q_{ki}) aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$Q_{ki} = \frac{F_i}{P_i - C_i}$$

Burada P_i – i növ məhsul vahidinin satış qiymətidir.

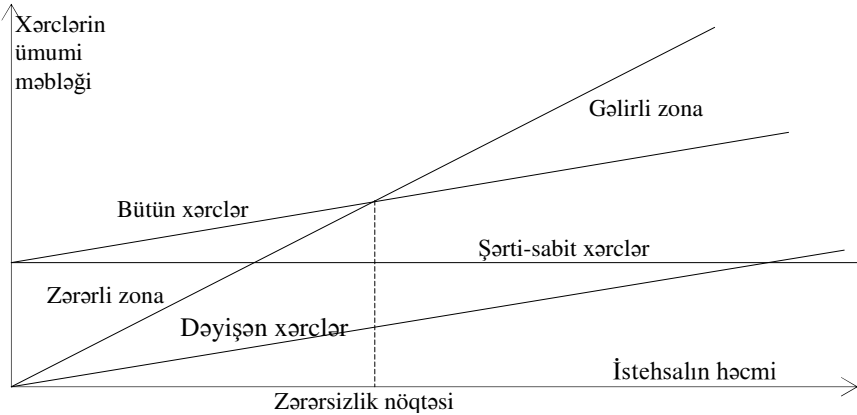
Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, mənfəət əldə etmək üçün məhsulun kritik həcmindən (həddindən) artıq həcmdə məhsul istehsal ediləməlidir. Planda nəzərdə tutulan mənfəətin əldə edilməsi üçün məhsul istehsalının zəruri həcmi (Q_{zi}) aşağıdakı düsturla hesablamaq olar:

$$Q_{zi} = \frac{F_i + M_i}{P_i - C_i}$$

Burada M_i – i növ məhsullar üçün planlaşdırılan mənfəətdir.

Göründüyü kimi, zərərsizliyin təhlili bazar münasibətləri şəraitində planda nəzərdə tutulan mənfəətin əldə edilməsi üçün zəruri tələbin həcmninə müəyyən edilməsi metodlarından biridir.

Mənfəətli və ziyanlı zonaların, həmçinin xərclərin ümumi məbləği ilə məhsul istehsalının həcmi və zərərsizlik nöqtəsinin müəyyən edilməsi aşağıdakı şəkildə (şəkil 17.4) verilmişdir.



Şəkil 17.4. Xərclərin və gəlirlərin istehsalın həcmi ilə əlaqələri
Beləliklə, zərərsizlik nöqtəsi (həddi) həm mənfəətin zəruri səviyyəsinin, həm də optimal istehsal planının tərtib edilməsinə şərait yaradır.

4. Məhsulun maya dəyərini göstəriciləri

Firmada məhsulun maya dəyərini təhlili və planlaşdırılmasında istehsal xərclərinin smetası (xərc elementləri üzrə maya dəyəri), bütün nomenklatura üzrə məhsul vahidinin maya dəyərini kalkulyasiyası, əmtəlik məhsulun maya dəyəri, əmətəlik məhsulun maya dəyərini və 1 manatlıq əmtəlik məhsula düşən xərclərin aşağı salınması üzrə tapşırıqlar kimi göstəricilərdən istifadə edilir.

Yuxarıda qeyd ediliyi kimi, xərclər smetası firmanın istehsal planının yerinə yetirilməsinə çəkiləcək bütün xərclərin ümumi həcmi xarakterizə edir. Xərclər smetası xərc elementləri üzrə tərtib edilir və əmtəlik məhsulun maya dəyərini müəyyən etməyə imkan versədə, onun vasitəsi ilə xərclərin sərf olunma istiqaməti haqqında məlumatlar ədə etmək mümkün deyildir.

Xərclərin istiqaməti maya dəyərini kalkulyasiyası vasitəsi ilə aşkar edilir. Məhsul vahidinin maya dəyərini kalkulyasiyası dedikdə – artıq qeyd olunduğu kimi – firmanın konkret məhsul vahidinin istehsalı və satışına sərf etdiyi məsrəflərin xərc maddələri üzrə hesablanması başa düşülür.

Məhsulun maya dəyərinin xərc maddələri üzrə təhlili xərclərin məqsədli təyinatı ilə texnoloji proses arasındakı əlaqəni, yəni ayrı-ayrı xərclərin texnoloji prosesin hansı əməliyyatları ilə əlaqədar yaranacağını əks etdirir. Məhsulun istehsalına çəkilən xərclərin texnoloji əməliyyatların yerinə yetirilməsinə sərf edildiyindən asılı olaraq qruplaşdırılması istehsal edilən hər bir məhsul növünün maya dəyərini və xərclərin yaranma yerini, səbəblərini müəyyən etməyə imkan verir. Xərc maddələri xərclərin yaranma yerinin müəyyənləşdirməyə imkan verdiyindən və onların həcmi hər bir məhsul növü üzrə hesablandığından o, məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması üzrə konkret və ünvanlı tədbirlər planının hazırlanmasında mühüm yer tutur.

İstehsal prosesinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq müəssisədə məhsulun maya dəyəri 3 formada – proses üzrə, sifariş üzrə və qarşılıq formalarda uçota alınır.

Məhsulun maya dəyərinin **proses üzrə uçota alınması**, bir qayda olaraq, eyni növ (həmcins) məhsulların kütləvi istehsalında tətbiq edilir. Məhsulun maya dəyərinin hesablanmasında bu metod tətbiq edildikdə hesablama aşağıdakı mərhələlərə uyğun olaraq həyata keçirilir:

- natural ölçü vahidləri ilə məhsul buraxışının (istehsalının) həcmi müəyyən edilməsi;
- şərti ölçü vahidi ilə məhsul buraxışının (istehsalının) həcmi müəyyən edilməsi;
- bütün məhsul istehsalına çəkilən xərclərin hesablanması;
- şərti məhsul vahidinin maya dəyərinin müəyyən edilməsi;
- xərclərin, ilin sonuna, hazır məhsul, yarımfabrikat və bitməmiş istehsal üzrə bölüşdürülməsi.

Maya dəyərinin **uçotunun sifariş metodu** xərclərin konkret məhsul istehsalı, xidmətlərin göstərilməsi, işlərin yerinə yetirilməsi ilə əlaqəsinin müəyyən edilməsi mümkün olan firmalarda, yəni fərdi və kiçik seriyalı istehsallarda tətbiq edilir. Bu metodun tətbiqi zamanı əsas uçot reystrı kimi sifarişlərə çəkilən birbaşa xərclərin, yəni şərti-dəyişən xərclərin əks etdirildiyi sifarişlərin uçotu kartoçksıdır (kartıdır). Dolayısı xərclərin, yəni şərti-sabit xərclərin ümumi məbləği isə sifarişlər üzrə seçilmiş hər hansı bir baza əlamətinə uyğun olaraq bölüşdürülür.

Əksər istehsal firmalarında maya dəyərinin uçotunun həm proses və həm də sifariş üzrə xüsusiyyətlərini özündə birləşdirən **qarışlıq metoddan**

istifadə edilir. Bu halda bəzi xərc maddələri (məsələn, əmək haqqı, firmadaxili xərclər) texnoloji əməliyyatlar üzrə hesablanılır və həmin əməliyyatları keçmiş məhsullar arasında onların kəmiyyət nisbətinə uyğun olaraq bölüşdürülür. Bəzi xərclər isə (məsələn, xammal və material xərcləri) sifariş metodunda olduğu kimi konkret məhsul növünə aid edilir.

Maya dəyərini uçotunun qeyd edilən metodları ilə yanaşı emaledici sənaye sahələrinin kütəlvi və seriyalı istehsal firma və müəssisələrində **uçotun normativ metodundan istifadə edilir.** Maya dəyərini uçotunun bu metodunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, məhsul istehsalına çəkiləcək bəzi xərcləri normativ kalkulyasiyada nəzərdə tutulan cari normalarla hesablayırlar; faktiki xərclərin cari normalar əsasında hesablanmış xərclərdən kənarlaşmaların operativ uçotu onların yaranma yeri və səbəbləri göstərilməklə ayırma aparılır; təşkilatı-texniki tədbirlərin həyata keçirilməsi nəticəsində cari xərc normalarında edilən dəyişikləri nəzərə alır və bu dəyişikliklərin məhsulun maya dəyərinə təsirini müəyyən edirlər. Məhsulun faktiki maya dəyəri cari normalarla hesablanmış xərclərin, normadan kənarlaşmaların və cari normaya edilmiş dəyişikliyin kəmiyyətinin cəbri cəmi kimi müəyyən edilir.

İstehsal edilmiş əmtəlik məhsul göstəricisi firma və ya müəssisənin fəaliyyətinin nəticəsini əks etdirdiyindən bu məhsulun maya dəyəri və onun aşağı salınması istehsal xərclərinin idarə edilməsi sahəsində onların fəaliyyətinin səmərəliliyini səciyyələndirən əsas göstəricidir.

1 manatlıq əmtəlik məhsula düşən xərclər göstəricisi məhsulun maya dəyərini ümumiləşdirici göstəricisi olmaqla mənfəətlə maya dəyər arasındakı asılılığı əks etdirir və məhsulun maya dəyərini dəyişməsinin mənfəətin həcmi və səviyyəsinin dəyişməsinə təsirini müəyyən etməyə imkan verir. Bu göstəricini xərclərin uçotu qaydasından asılı olaraq: **a) xərclər kalkulyasiya vasitəsi ilə aparıldıqda əmtəlik məhsulun maya dəyərini onun topdansatış qiymətinə nisbəti kimi və ya b) xərclər iqtisadi elementlər üzrə aparıldıqda əmtəlik məhsulun istehsalına çəkilmiş xərclərin (maya dəyərini) ümumi məbləğinin əmtəlik məhsulun ümumi məbləğinə nisbəti kimi müəyyən edirlər.** 1 manatlıq əmtəlik məhsula düşən xərclərin səviyyəsi aşağıdakı amillərin təsiri nəticəsində dəyişə bilər:

– istehsalın məhsul strukturunun dəyişməsi, yəni istehsalın ümumi həcmində müxtəlif növ məhsulların xüsusi çəkislərinin dəyişməsi;

- ayrı-ayrı məmulatların istehsalına çəkilən xərclərin səviyyəsinin dəyişməsi;
- istehslak edilən material resurslarının və göstərilən xidmətlərin qiymətlərinin və tariflərinin dəyişməsi;
- əmtəəlik məhsulun satış qiymətinin dəyişməsi.

Cədvəl 17.5

Müəssisədə 1 manatlıq əmtəəlik məhsula düşən xərclər və onun hesablanması qaydası

№	Göstəricilər	Göstəricinin hesablanması qaydası
	İlkin məlumatlar:	
1	a) məhsul istehsalının plan həcmi, ədədlə	Q_{pi}
2	b) məhsul istehsalının faktiki həcmi, ədədlə	Q_{fi}
3	c) məhsulun planda nəzərdə tutulan qiyməti, man.	P_{pi}
4	d) məhsulun hesabat ilindəki qiyməti, man.	P_{fi}
5	e) məhsulun keçən ilki qiyməti, man.	P_{ki}
6	f) məhsulun planda nəzərdə tutulan maya dəyəri, man.	M_{pi}
7	g) məhsulun faktiki maya dəyəri, man.	M_{fi}
8	h) məhsulun keçən ildəki maya dəyəri, man	M_{ki}
9	i) məhsul çeşidiniə daxil olan məhsulların qiymət dəyişməsini çıxmaqla faktiki maya dəyər, man.	M_{fi}^I
10	Əmtəəlik məhsulun plan maya dəyəri (s.1x.s.6), min man.	$\Sigma Q_{pi} \times M_{pi}$
Faktiki istehsal edilmiş məhsula çəkilən xərclərin ümumi həcmi:		
11	a) plan maya dəyəri ilə (s.2x.s.6), min man.	$\Sigma Q_{fi} \times M_{pi}$
12	b) faktiki maya dəyəri ilə (s.2x.s.7), min man.	$\Sigma Q_{fi} \times M_{fi}$
Müəssisənin topdansaş qiymətləri ilə əmtəəlik məhsulun ümumi həcmi:		
13	a) məhsul istehsalının planda nəzərdə tutulan həcmi və topdansaş qiymətləri ilə (s.1x.s.3), min man	$\Sigma Q_{pi} \times P_{pi}$
14	b) istehsal edilmiş məhsulun faktiki həcmi və qiymətləri ilə (s.2x.s.3), min man.	$\Sigma Q_{fi} \times P_{fi}$
15	c) istehsal edilmiş məhsulun faktiki həcmi və keçən ildəki qiymətləri ilə (s.2x.s.4), min man	$\Sigma Q_{fi} \times P_{ki}$
16	Plan üzrə 1 manatlıq əmtəəlik məhsula düşən xərclər (s.10x.s.13), man	$(\Sigma Q_{pi} \times M_{pi}) / (\Sigma Q_{pi} \times P_{pi})$
Faktiki buraxılmış 1 manatlıq əmtəəlik məhsula düşən xərclər		
17	a) faktiki buraxılış və çeşidə görə plan maya dəyəri və qiyməti ilə (s.11x.s.14), man.	$(\Sigma Q_{fi} \times M_{pi}) / (\Sigma Q_{fi} \times P_{pi})$
18	b)hesabat ilində faktiki qiymətlər və maya dəyəri ilə (s.12x.s.15), man.	$(\Sigma Q_{fi} \times M_{fi}) / (\Sigma Q_{fi} \times P_{fi})$
19	c) faktiki, planda nəzərdə tutulmuş qiymətlərlə və məhsulun tərkibində məmulatların qiymət dəyişməsini çıxmaqla (s.2x.s.9:s.11), man.	$(\Sigma Q_{fi} \times M_{fi}^I) / (\Sigma Q_{fi} \times P_{pi})$
20	d) hazır məhsulun planda nəzərdə tutulmuş topdansaş qiymətləri ilə faktiki (s.12:s.14), man.	$(\Sigma Q_{fi} \times M_{fi}) / (\Sigma Q_{fi} \times P_{pi})$
21	Keçən ildə 1 manatlıq əmtəəlik məhsula düşən xərclər, man.	$(\Sigma Q_{ki} \times M_{ki}) / (\Sigma Q_{ki} \times P_{ki})$

Qeyd edilən amllərin 1 manatlıq əmtəlik məhsula çəkilən xərclərin dəyişməsinə təsirini daha aydın və ətraflı izah etmək üçün yuxarıdakı cədvəldə verilən məlumat və düsturları nəzərdən keçirək (cədvəl 17.5).

Məhsul istehsalının strukturunda, yəni ümumi məhsul istehsalının ümumi həcmində ayrı-ayrı məhsulların payının dəyişməsini (ΔZ_{cd}) aşağıdakı düsturla hesablamaq olar:

$$\Delta Z_{cd} = \frac{\sum_i Q_{fi} \times M_{pi}}{\sum_i Q_{fi} \times P_{pi}} - \frac{\sum_i Q_{pi} \times M_{pi}}{\sum_i Q_{pi} \times P_{pi}}$$

Əmtəlik məhsulun istehsalında istehlak olunan, istifadə edilən ayrı-ayrı məmulatların istehsalına çəkilən xərclərin həcmnin (ΔZ_{sd}) dəyişməsinin 1 manatlıq əmtəlik məhsulun istehsalına çəkilən xərclərin səviyyəsinə təsiri aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$Z_{sd} = \frac{\sum_i Q_{fi} \times M_{fi}^1}{\sum_i Q_{fi} \times P_{pi}} - \frac{\sum_i Q_{fi} \times M_{pi}}{\sum_i Q_{fi} \times P_{pi}}$$

İstehlak edilmiş material resurslarının qiymət və tariflərinin (ΔZ_{td}) dəyişməsinin 1 manatlıq əmtəlik məhsula düşən xərclərin həcminə təsiri aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$Z_{td} = \frac{\sum_i Q_{fi} \times M_{pi}}{\sum_i Q_{fi} \times P_{pi}} - \frac{\sum_i Q_{fi} \times M_{fi}^1}{\sum_i Q_{fi} \times P_{pi}}$$

Məhsulun topdansaş qiymətinin (ΔZ_{qd}) dəyişməsinin əmtəlik məhsulun maya dəyərinə təsiri aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$Z_{qd} = \frac{\sum_i Q_{fi} \times M_{fi}}{\sum_i Q_{fi} \times P_{fi}} - \frac{\sum_i Q_{fi} \times M_{pi}}{\sum_i Q_{fi} \times P_{pi}}$$

Qeyd edilən göstəricilərin hesablanması həm keçən ilin, həm də hesabat ilinin məlumatlarına görə aparılırlar. Hesablamalar keçən

ilin məlumatları ilə aparıldıqda, sadəcə olaraq, plan kəmiyyətinin əvəzinə müvafiq məlumatların keçən ildəki kəmiyyətlərindən istifadə edilir.

5. Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması yolları

Məhsulun maya dəyəri hər bir təsərrüfat subyektinin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi göstəricisidir. Çünki o, müəssisə və firmanın məhsulun istehsalına sərf etdiyi bütün xərcləri özündə cəmləşdirdiyindən bu göstərici vəsiəsi ilə onların bütün iqtisadi resurslardan istifadə səviyyəsini öyrənmək və onun fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətlərini müəyyənləşdirmək mümkün olur.

Bundan başqa, məhsulun maya dəyəri təsərrüfat-maliyyə fəaliyyətinin və təşkilati-texniki tədbirlərin iqtisadi səmərəliliyini xarakterizə edən göstəricilərdən biridir. Firmada investisiya qoyuluşları həyata keçirilərkən cari xərclər onun ayrı-ayrı bölmələrinin fəaliyyətinin və iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində və s. nəzərə alınır. Məhsulun maya dəyəri yeni texnikanın və texnoloji proseslərin tətbiqi, materiallara qənaət və bu qəbildən olan digər göstəricilərlə yanaşı istehsalın təşkilinin təkmilləşdirilməsinin səmərəliliyinin hesablanması, istehsalın ictimai təşkil formalarının məqsəduyğunluğunun müəyyən edilməsində və bu kimi digər hallarda da istifadə olunur.

Maya dəyərinin təhlili əsasında məhsulun materialtutumunu, əməktutumunu və fondtutumunu müəyyənləşdirmək olur. Bir sözlə, firmanın istehsal fəaliyyətinin iqtisadi aspektlərinin öyrənilməsində - təhlil və tədqiq edilməsində və qiymətləndirilməsində məhsulun maya dəyəri göstəricisi müstəsna əhəmiyyətə malikdir. Bu isə, öz növbəsində, maya dəyərinin aşağı salınması ehtiyatlarının və amillərinin aşkar edilməsi hər bir təsərrüfat subyekti üçün çox vacibdir.

Məhsulun maya dəyərini onu təşkil edən bütün xərc maddələrinə qənaət etməklə aşağı salmaq mümkündür və elmi-texniki tərəqqinin inkişafı sayəsində bunların hər biri üzərə maya dəyərinin aşağı salınması ehtiyatları, təkrar-təkrar yarandığından, demək olar ki, həmişə mövcuddur. Müəyyən mənada burada yalnız maya dəyərinin «Əmək haqqı xərcləri» maddəsi müsətnəliq təşkil edə bilər. Əmək haqqı xərclərinə qənaət edilməsi məsələsinə çox diqqətlə və həssaslıqla ya-

naşmaq lazımdır. Çünki məhsulun maya dəyərinin əmək haqqı xərcləri hesabına aşağı salınması məsələsi iqtisadi məsələdən daha çox sosial-siyasi məsələdir. Lakin bu heç də məhsulun maya dəyərinin əmək haqqı üzrə ehtiyat mənbələrindən istifadə etməklə «aşağı salmaq olmaz» demək deyildir. Əksinə, əməyin təşkilinin daha mütərəqqi formalarını, avtomatlaşdırılmış iş yerlərini yaratmaqla, əməyin fondla silahlanması səviyyəsini yüksəltməklə maya dəyərinin aşağı salınması tam doğru yoldur. Ümumiyyətlə, firma məhsulun maya dəyərini bütün elementlər üzrə aşağı salmaqla o (firma) qiymətlə manevr etmək imkanı əldə edə və «məskunlaşdığı» bazar segmentinin mühafizəsinə nail ola bilər.

Məhsulun maya dəyərinin mütəmadi olaraq aşağı salınmasının, daha az xərclərlə daha yüksək istehsal-maliyyə nəticələrinə nail olmasının «həmişəyaşar» mənbəyi qənaət rejiminin tətbiqi və ona əməl edilməsidir.

Lakin yuxarıda qeyd edilənlərlə yanaşı onu da unutmamaq lazımdır ki, məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasında ifrata varmaq məhsulun keyfiyyətinin pisləşməsinə səbəb ola bilər. Çünki məhsulun istehsalına sərf edilən materiallardan məsrəfin azaldılması, əsas fondların yeniləşməsinin, yeni, daha mütərəqqi texnikanın tətbiqinin maya dəyərini yüksəldəcəyi səbəbindən ondan imtina edilməsi və s. son nəticədə məhsulun texniki-istismar parametrlərinin pisləşməsinə gətirib çıxara bilər. Buna görə də məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması tədbirlərini hazırlayarkən bu məsələyə çox diqqətlə yanaşmaq, «yüz dəfə ölçüb bir dəfə biçmək» prinsipinə əməl etmək lazımdır.

Bununla yanaşı onu da qeyd etmək lazımdır ki, Yaponiya firmaları keyfiyyətin total idarə edilməsi və ona total nəzarət olunması sistemini tətbiq etməklə yüksək keyfiyyət və xərclərin aşağı salınmasını «bir araya sığmaması» mifinə son qoydu. Belə ki, Yaponiya firmaları ABŞ firmalarından fərqli olaraq istehsal prosesinə strateji nəzarət konsepsiyasını tətbiq etməklə məhsulun qüsurlarını istehsal prosesi başa çatdıqdan sonra yox, qüsurun yaranması məqamında aşkar etməyə və onu aradan qaldırmağa çalışırlar. Keyfiyyətə nəzarət edilməsinə və qüsurların vaxtında aşkar edilməsinə bilavasitə istehsalat işçiləri məsuliyyət daşıyır və bu onları məhsulun keyfiyyətini yüksəltməyə sövq edir. Bütün bunların sayəsində zay, qüsurlu məh-

sul buraxılışı ehtimalı və deməli, resursların səmərəsiz istifadəsi aradan qaldırılır.

Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması yığının artırılması mənbəyi və vasitəsi kimi eyni resurslar müqabilində daha çox miqdarda maddi nemətlər istehsal edilməsini təmin edir. Ən başlıcası odur ki, bunun sayəsində bazarda məhsul bolluğu yaratmaq və onun qiymətini aşağı salmaq mümkün olur və son nəticədə, müəssisə xeyli miqdar mənfəət əldə edir, əhalinin isə sosial vəziyyəti yaxlaşır.

Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasının iqtisadi əhəmiyyəti məhsul istehsalının həcmnin çoxalması ilə əlaqədar mütəmadi olaraq artır.

İqtisadi baxımdan məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasının mühüm istiqamətlərindən biri də istehsalın miqyasının intensiv yolla genişləndirilməsidir. Belə ki, istehsalın intensiv yolla genişləndirilməsi ya çox nadir hallarda əlavə kapital qoyuluşu tələb edir, ya da ümumiyyətlə əlavə kapital qoyuluşu tələb etmir.

Firmalarda məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması işinin təşkilinin və uğurlu həyata keçirilməsinin vacib şərtlərindən biri də xərclərin aşağı salınması ehtiyatlarının aşkar edilməsidir.

Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasının ən əhəmiyyətli ehtiyat mənbələrindən biri müəssisədə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsidir. Bu, yeni, daha mütərəqqi texnika və texnologiyanın tətbiqinə və bunun əsasında istehsalın təşkilinin daha səmərəli formalarına keçilməsinə şərait yaratmaqla bir istehsal işçisinə düşən məhsulun həcmi artırır. Bunun sayəsində isə əmək haqqının ümumi məbləğinin və müəssisənin işçilərinin əmək haqqlarının artmasına baxmayaraq məhsul vahidinə düşən əmək haqqı xərclərinin məbləği azalır. Çünki, bir qayda olaraq, bütünlükdə əmək məhsuldarlığının artım tempi əmək haqqının artım tempini qabaqlayır. Bu mütansibliyi yalnız fəhlələrin əmək haqqına aid etmək olar.

Artıq əvvəllər qeyd ediliyi kimi, məhsulun maya dəyərində material xərcləri ən böyük xüsusi çəkiyə malikdir. **Məhz buna görə də müəssisədə məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasının ən böyük ehtiyat mənbəyi məhsul vahidinə sərf edilən xammal, material, yanacaq və enerji məsrəflərinin – maddi məsrəflərin – azaldılmasıdır.**

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, material xərclərinin aşağı salınmasına yalnız istehsal prosesində yox, həm də tədavül sferasında – məhsulların anbarlarda saxlanması və istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılmasını düzgün təşkil etməklə, məhsulların daşınmasında daha sərfəli nəqliyyat vasitələrindən istifadə etməklə, həmçinin məsafəcə daha yaxında yerləşən məhulgöndərən müəssisə seçməklə, yükləmə-boşaltma əməliyyatlarını mexanikləşdirməklə və s. nail olmaq mümkündür. Belə ki, bu tədbirlərin həyata keçirilməsi istehsal prosesində istifadə olunan istehsal vasitələrinin qiymətinin müəyyən qədər aşağı düşməsinə şərait yaratmaqla, son nəticədə, onlardan istifadə etməklə istehsal olunan məhsulların maya dəyərini aşağı düşməsinə gətirib çıxarır.

Fondtutumlu sənaye sahələrində məhsulun maya dəyərini aşağı salınmasının əsas istiqamətlərindən biri istehsal güclərindən, o cümlədən onun «çəkisini» müəyyən edən əsas fondlardan istifadənin yaxşılaşdırılmasına, mövcud texnoloji və digər avadanlıqların boşdayanmalarını azaltmaqla və ya tamamilə aradan qaldırmaqla onların maksimum yüklənməsi yolu ilə nail olmaqdır. Bu, bir tərəfdən, daha çox məhsul istehsal etməyə imkan verməklə miqyas səmərəsi, yəni məhsul vahidinə düşən şərti-sabit xərclərin hesabına, digər tərəfdən isə, daha az əsas fondlardan istifadə etməklə amortizasiya ayırmalarının və əsas fondların istifadə edilməsi ilə əlaqədar olan xərclərin mütləq həcmi azaltmaqla, məhsulun maya dəyərini aşağı salmağa imkan verir.

Məhsulun maya dəyərini azaldılmasının başqa bir ehtiyat mənbəyi və yolu istehsalın idarə edilməsi və ona (istehsala) xidmət göstərilməsi ilə əlaqədar olan xərclərin həcmi və səviyyəsinin azaldılmasıdır. Bu xərclərə, artıq qeyd edildiyi kimi, **müəssisənin və sexin inzabati-idarə heyətinin əmək haqqı, poçt, teleqraf və ezamiyyə xərcləri, bina və tikililərin saxlanması xərcləri, binaların işıqlandırılması və qızdırılması və s. xərclər aiddirlər.** Bu xərclərin həcmi azalmasına mühasibat və statistik uçot işlərini avtomatlaşdırmaqla, avtomatlaşdırılmış iş yerləri yaratmaqla, enerjidən daha səmərəli istifadə etməklə və s. yollarla nail olmaq olar.

Məhsulun maya dəyərini aşağı salınmasına istehsaldankənar xərclərin – məhsulun satışı ilə əlaqədar olan xərclərin azaldılması hesa-

bına da nail olmaq mümkündür. Bu xərclərin aşağı salınması yollarına məhsulların saxlanması və qablaşdırılmasını düzgün təşkil etməklə, daha sərfəli taralardan istifadə etməklə (çox dəfə istifadə olunan), ehtiyatların həcmi optimallaşdırmaqla və s. ilə nail olmaq olar.

İstehsalat işçilərinin təcrübəsi də müəssisədə maya dəyərinin aşağı salınmasına kömək edə bilər. Birincisi, «təcrübə effekti» və ya «təcrübə qanunu» adlanan qanunua görə firma məhsul istehsalı sahəsində təcrübə topladıqca ümumi xərclərin bir çox sənaye sahələrində aşağı salınması imkanları yaranır. Belə ki, eyni bir əməliyyatı mütəmadi yerinə yetirən fəhlənin peşəkarlıq səviyyəsi yüksəlir, o tədricən daha cəld olur və vəzifələrinin daha səmərəli yerinə yetirilməsi üsullarını tapır. Bu isə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə gətirib çıxarır. Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi isə, şübhəsizdir ki, məhsulun maya dəyərini aşağı salır. Bundan başqa, adətən, təcrübə artdıqca, istehsalçı müxtəlif resurslardan istifadə etməyə və ya daha ucuz resurslar seçməyə başlayır. Məsələn, o, isə yüksək ixtisaslı işçilərin yerinə aşağı ixtisaslı işçilər cəlb edə bilər, əl əməyini avtomatlaşdırma bilər. İkincisi, məhsul istehsalının həcmi artdıqca, artıq qeyd edildiyi kimi, məhsul vahidinə düşən xərclərin həcmi və səviyyəsi də aşağı düşür.

Müəssisədə qeyri-məhsuldar xərclərin – cərimələrin, dəbbələmə xərclərinin və s. həcmi aşağı salınması onun gəlirlərini artırmaqla yanaşı, məhsulun maya dəyərinin də azaldılmasına imkan verir. Qeyri-məhsuldar xərclərin azaldılmasının ən başlıca amillərdən biri zəy məhsul istehsalının aradan qaldırılması, saxlama və daşıma zamanı normadan artıq itkilərə yol verilməməsidir.

Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasının yuxarıda göstərilən ehtiyat mənbələri müxtəlif tədbirlərin həyata keçirilməsi vasitəsi ilə reallaşdırılır.

Nəhayət, bir daha qeyd etmək lazımdır ki, istehsalın səmərəliliyinin, xüsusən də məhsulun maya dəyərinin azaldılması hesabına artırılması ehtiyatları tükənməzdir. Çünki elmi-texniki yeniliklərin istehsalda tətbiqi bütün normalara yenidən baxılmasına və yeni normaların hazırlanmasına səbəb olur. Əvvəlki, köhnə normalarla müqayisədə yeni hazırlanmış və qəbul edilmiş normalar istehsalda formalaşmış qənaət ehtiyatlarını reallaşdırmağa və son nəticədə az xərclərlə daha yüksək istehsal-maliyyə nəticələrinə nail olmağa imkan verir.

Artıq qeyd olunduğu kimi, məhsulun maya dəyərini aşağı salınması amilləri dedikdə, bir qayda olaraq, onun aşağı salınmasını təmin edən texniki-təşkilatı tədbirlər nəzərdə tutulur. Bu amillərə aşağıdakılar aiddir:

1. İstehsal edilən məhsulların miqdarının və strukturunun dəyişdirilməsi;
2. İstehsalın texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi;
3. İstehsalın və əməyin təşkilinin təkmilləşdirilməsi.

İstehsalın həcmi artdıqda məhsul vahidinə düşən şərti-sabit xərclərin, o cümlədən amortizasiya ayırmalarının həcmi mütləq, bəzi hallarda isə məhsulun artmasına düz mütənasib artmayan şərti-sabit xərclərin səviyyəsi aşağı düşür. Digər tərəfdən, firmada istehsalın miqyasının genişlənməsi aşağıdakı amillər hesabına da qənaət əldə etməyə imkan verir:

- müəssisənin ölçüləri artdıqca istehsal fəaliyyətinin və onun idarə edilməsinin ixtisaslaşmasının üstünlüklərindən istifadə imkanları artır;
- daha iri müəssisələrdə yeni, daha məhsuldar texnikanın tətbiqi imkanları genişlənir;
- iri müəssisələrdə istehsalın diversifikasiyası imkanları, müəssisənin profilinə uyğun gələn və uyğun gəlməyən istehsalatlar təşkil etmək imkanı yaranır;

Firmada istehsalın quruluşunun dəyişməsi dedikdə ümumi istehsalın tərkibində ayrı-ayrı biznes növlərinin, məhsul növlərinin payının dəyişməsi nəzərdə tutulur. Bu dəyişikliklər mövcud məhsul modellərinin modifikasiyası və təkmilləşdirilməsi, yeni məhsulların hazırlanması, istehlakçıların tələblərinə cavab verməyən məhsul növlərinin istehsaldan çıxarılması, müxtəlif növ məhsulların istehsalının artırılması tempələrinin və rentabel səviyyəsinin müxtəlif olması və s. ilə əlaqədar ola bilər. Qeyd edilən amillər hesabına xərclərin səviyyəsinin aşağı salınmasına və bütünlükdə istehsal fəaliyyətinin rentabelliyinin yüksəldilməsinə nail olmaq mümkündür.

Firmada məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi, bir qayda olaraq, müəyyən miqdar əlavə xərclərlə əlaqədardır, başqa sözlə, keyfiyyətin yüksəldilməsi əlavə məsrəflər tələb edir. Məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsinə sərf edilən xərclərin iqtisadi səmərəsinin hesablanması həm zəruri və həm də mümkündür. Azad və mükəmməl rəqabət

tin mövcud olduğu bazarda məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Müasir şəraitdə istənilən təsərrüfat sisteminin inkişafı elmi-texniki tərəqqinin nəaliyyətlərinə əsaslanır. Müəssisə və firmalarda istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi və maya dəyərinin aşağı salınması, əsasən, yeni texnika və texnologiyanın tətbiqi, istehsal proseslərinin mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması, tətbiq edilən mövcud texnika və texnologiyanın təkmilləşdirilməsi, daha səmərəli xammal və materiallardan istifadə edilməsi və onlardan istifadə səviyyəsinin yüksəldilməsi, istehsal edilən məhsulların konstruksiyasının və texniki xarakteristikalarının yaxşılaşdırılması hesabına mümkündür.

İstehsalın və əməyin təşkilinin yaxşılaşdırılması istehsalın idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsini, istehsalın ixtisaslaşmasının dərinləşməsinə, firmanın maddi-texniki təminatının və materiallardan istifadənin yaxşılaşdırılmasını, nəqliyyat-tədarükət xərclərinin aşağı salınmasını və istehsalın təşkil səviyyəsinin yüksəldilməsinin digər amillərini əhatə edir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Məhsulun maya dəyərinin mahiyyətini və onun növlərini izah edin.
2. İqtisadi ünsürlər üzrə maya dəyərinin hesablanması necə aparılır?
3. Kalkulyasiya maddələri üzrə maya dəyərinin təyinatı nədir və o necə hesablanır?
4. Firmada xərclərin idarə edilməsi necə həyata keçirilir?
5. Məhsulun maya dəyərinin hansı göstəriciləri var?
6. Firmada məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasının hansı ehtiyatları mövcuddur?
7. Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasının yolları və amilləri haqqında nə bilirsiniz?

Fəsil 18. Firmanın maliyyəsi, gəlirləri və vergi ödənişləri

1. Firmanın maliyyəsi və maliyyə resursları
2. Firmanın maliyyə planı
3. Firmanın maliyyə vəziyyətini əks etdirən göstərijilər
4. Firmanın gəlirləri və mənfəəti
5. Firmanın vergi ödənişləri

1. Firmanın maliyyəsi və maliyyə resursları

Cəmiyyətdə baş verən iqtisadi proses və hadisələrin kəmiyyət tərəfi, firmaların və müəssisələrin bir-biri ilə, eləcə də dövlətlə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələri, habelə dövlətlə əhali arasındakı iqtisadi münasibətlər pul vasitəsilə həyata keçirilir. Əmtəə-pul münasibətləri şəraitində pul ümumi ekvivalent rolunu oynadığından, bütün maddi istehsal sahələrinin və qeyri-istehsal sferasının müəssisələri və digər subyektlərin fəaliyyəti pul vasitəsilə həyata keçirilir. Məhsulun satışı pul kütləsinin əldə edilməsi ilə nəticələnir və bundan sonra o (pul), əmək haqqını ödəmək, investisiya qoyuluşu və s. istiqamətlərində xərclənir. Qeyri-istehsal sahəsi də öz fəaliyyətini puldan istifadə etmədən təkrarlaya bilməz. Beləliklə, bazar münasibətləri şəraitində pulun fasiləsiz hərəkəti baş verir, bütün ödənişlər pul vasitəsilə həyata keçirilir. Bütün bunlar, ümumən, maliyyələşdirmənin məzmununu təşkil edir.

"Maliyyə" anlayışı latın sözü olan "finansia" (pul tədiyəsi, pul ödənişi) sözündən əmələ gəlmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bəzi iqtisadi ədəbiyyatda "maliyyə" anlayışı "pul" anlayışı ilə eyniləşdirilir və bununlada yanlışlığa yol verilir. Belə ki, əgər maliyyə və pul anoloji anlayışlar olsa idilər, onda eyni mahiyyət daşıyan bir anlayışın hər ikisindən istifadə etməyə ehtiyac qalmazdı.

Maliyyənin dərk edilməsi, onun əsl məzmununu müəyyən etmək üçün onu zahiri görüntüsündən – formasından təcrid etmək lazımdır.

Maliyyənin pulun hərəkəti formasında zahiri görünüşü, onun bir əldən digər ələ keçməsi sübut edir ki, maliyyə mahiyyət etibarilə ictimai-iqtisadi münasibətləri ifadə edir.

Pulun hərəkəti zamanı tərəflər – firma, müəssisə, idarə, təşkilatlar və dövlət arasında, yəni pulu ödəyənlər və onu alanlar arasında ictimai-iqtisadi münasibətlər əmələ gəlir. Başqa sözlə, **maliyyə dəyərin pul formasında hərəkətindən ibarət olduğuna görə iqtisadi münasibətləri özündə əks etdirir.**

Maliyyəyə, bölgü vasitəsi kimi, yəni ümumi daxili məhsulun bölgüsü və məqsədli pul vəsaiti fondlarının yaranması ilə əlaqədar pul münasibətləri kimi də baxmaq lazımdır. Bu prosesdə həm dövlətin, həm də təsərrüfat subyektlərinin pul vəsaiti fondları yaranır və istifadə edilir.

Bütün maliyyə əməliyyatları: büdcəyə ödəmələr, büdcədən maliyyələşmə, pensiya və müavinətlərin ödənilməsi, firmalarda yaradılan məqsədli pul vəsaiti fondları (amortizasiya fondu, əmək haqqı fondu, sosial inkişaf fondu və s.) özündə dəyərin hərəkətini, onun bölgüsünü pul formasında ifadə edir. Başqa sözlə, maliyyə-təsərrüfat subyektlərinin (müəssisə və təşkilatların) və dövlətin pul vəsaiti fondlarının yaradılması, bölüşdürülməsi və bunların təkrar istehsal, stimullaşdırma və cəmiyyətin sosial ehtiyaclarının ödənilməsi üçün istifadə edilməsi prosesində meydana çıxan pul münasibətlərinin məcmusunu ifadə edir.

Maliyyə münasibətlərinin ümumi məcmusunda bir-biri ilə sıx qarşılıqlı bağlı olan aşağıdakı sahələri – təsərrüfat subyektlərinin (firma, birlik, təşkilat və idarələrin) maliyyəsi, sığorta və dövlət maliyyəsi – biri-birindən fərqləndirilir. Subyektlərin fəaliyyət xarakterindən asılı olaraq bu sahələrin hər birinin daxili də müxtəlif vəsilələrdən ibarət olur. Bu qəbildən olan hər bir vəsilə öz vəzifələrini yerinə yetirir, maliyyə aparatının özünəməxsus təşkilati strukturuna malik olur, lakin məcmu halda onlar ölkənin maliyyə sistemini əmələ gətirirlər.

Maliyyə sisteminin hər bir həlqəsi də, öz növbəsində, subyektlərin sahə mənsubiyyətindən, mülkiyyət formasından, fəaliyyət xarakterindən və başqa amillərdən asılı olaraq ayrı-ayrı hissələrə bölünür. Maliyyə sisteminin qeyd edilən sahə və həlqələri arasındakı əlaqələrin mahiyyəti onların fəaliyyətinin qarşılıqlı maliyyə təminatından ibarətdir ki, bu da

vergilər, yığımlar, ayırmalar, rüsumlar, cərimələr, təxsisatlar və s. formalarda ifadə olunur. Bu qarşılıqlı əlaqələrin bünövrəsində təsərrüfat subyektlərinin maliyyəsi, daha dəqiq desək, təkrar istehsal məsrəflərinin maliyyə təminatı dayanır. Belə maliyyə təminatı üç formada həyata keçirilir: özünümaliyyələşdirmə, kreditləşdirmə, dövlət maliyyələşdirilməsi. Maliyyə təminatının qeyd olunan bu formaları arasında nisbətlərin optimallaşdırılması dövlət tərəfindən müvafiq maliyyə siyasətinin tətbiqi yolu ilə təmin edilir.

Firmanın fəaliyyət prosesi tsiklik xarakter daşıyır. Bir tsikl ərzində zəruri resursların cəlb edilməsi, onların istehsal prosesində birləşdirilməsi, məhsul istehsalı, istehsal edilən məhsulun realizasiyası və son maliyyə nəticələrinin əldə edilməsi baş verir. O da məlumdur ki, müəssisənin idarə edilməsinin ümumi funksiyalarının yönəldildiyi iriləşdirilmiş və nisbətən müstəqil iqtisadi obyektlər pul resursları (daha dəqiq desək, maliyyə resursları), əmək resursları və istehsal vasitələridir (əmək alətləri və predmetləri).

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində bütövlükdə müəssisənin, onun təsisçilərinin və işçilərinin maliyyə müvəffəqiyyəti maliyyə resurslarının əsas və dövriyyə vəsaitlərinə, habelə iş qüvvəsinin stimullaşdırılması vasitələrinə nə dərəcədə səmərəli və məqsədəuyğun transformasiyasından asılı olur. İdarəetmənin bütün səviyələrində (strateji, taktiki, operativ) maliyyə resurslarının rolu bu və ya digər dərəcədə vacibdir, lakin firmanın inkişaf planında bunlar xüsusilə mühüm əhəmiyyət kəsb edirlər.

İstehsal firmasının maliyyəsi aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- firmanın istehsal potensialının formalaşdırılması və artırılması, onun optimal strukturunun təmin edilməsi;
- cari maliyyə-təsərrüfat və kommertiya fəaliyyətinin təmin edilməsi;
- sosial siyasətin həyata keçirilməsində və əhalinin rifah halının yüksəldilməsində təsərrüfat subyektinin iştirakının təmin edilməsi.

İndiki şəraitdə növlərinə və miqyaslarına, təşkilati-hüquqi formalarına, fəaliyyət şərtləri və ölçülərinə görə firmaların real differensiasiyası onların idarə edilməsinin müxtəlif təşkilati strukturlarının formalaşmasına səbəb olur. Firmanın idarə edilməsinin bu və ya başqa təşkilati strukturuna uyğun olaraq idarəetmənin maliyyə-

iqtidad bloku – kiçik bir şöbədən tutmuş, idarə, şöbə, büro, qrup və s. bu kimi struktur bölmələrindən ibarət mürəkkəb kompleksə qədər – çox müxtəlif formalarda təşkil olunur. Bununla belə, strukturundan asılı olmayaraq, bütün hallarda, firma və ya müəssisənin maliyyə xidmətinin başlıca vəzifələri aşağıdakılardır:

- a) ümumi maliyyə təhlili və qiymətləndirilməsi;
- b) firma və ya müəssisənin maliyyə resursları ilə təmin edilməsi (başqa sözlə, vəsait mənbələrinin idarə edilməsi);
- c) maliyyə resurslarının bölgüsü (firmanın investisiya siyasəti və maliyyə aktivlərinin idarə edilməsi).

Birinci funksiya çərçivəsində firma və ya müəssisənin maliyyə xidməti aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- firmanın (müəssisənin) aktivlərinin və bunların maliyyələşdirilməsi mənbələrinin ümumi şəkildə qiymətləndirilməsi;
- müəssisənin (firmanın) əldə olunmuş iqtisadi imkanlarının saxlanması və onun fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün zəruri olan resursların tərkibinin və həcmələrinin qiymətləndirilməsi;
- əlavə maliyyələşdirmə mənbələrinin ümumi şəkildə təhlili və qiymətləndirilməsi;
- maliyyə resurslarının vəziyyətinə və səmərəli istifadəsinə nəzarət sisteminin qiymətləndirilməsi.

İkinci funksiya çərçivəsində firmaların maliyyə xidməti aşağıdakı məsələlərin dəqiq qiymətləndirilməsini həyata keçirirlər:

- tələb olunan maliyyə resurslarının həcmi;
- həmin maliyyə resurslarının əldə edilməsi formaları (uzunmüddətli yaxud qısamüddətli kredit, nağd vəsaitlər);
- resursların əldə oluna bilmə dərəcəsi və verilməsi müddətləri (maliyyə resurslarının əldə oluna bilmə dərəcəsi müqavilə şərtləri ilə müəyyən edilə bilər; maliyyə resursları zəruri həcmdə və lazımı zaman anında alınmalıdır);
- konkret resurs növlərinin əldə olunmasının qiyməti (faiz dərəcələri, bu və ya başqa vəsait mənbəyinin verilməsinin formal və qeyri-formal şərtləri);
- bu və ya digər vəsait mənbəyi ilə əlaqədar riskin dərəcəsi (məsələn, vəsait mənbəyi kimi, müddətli bank ssudalarına nisbətən, mülkiyyətçinin öz kapitalından istifadə riski daha azdır).

Firma və müəssisənin maliyyə xidmətinin **üçüncü funksiyası** investisiya xarakterli uzunmüddətli və qısamüddətli qərarların təhlilini və qiymətləndirilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman təhlil olunan və qiymətləndirilən məsələlər aşağıdakılardır:

- maliyyə resurslarının digər növ (material, əmək, pul) resurslara transformasiyasının optimallığı;
- əsas fondlara qoyuluşların (əsaslı tikintinin) məqsədəuyğunluğu və səmərəliliyi, bunların tərkibi və quruluşu;
- dövrüyyə vəsaitlərinin optimallığı;
- maliyyə qoyuluşlarının səmərəliliyi.

Firma maliyyəsinin təşkilindən danışarkən qeyd etmək vacibdir ki, bazar iqtisadiyyatının normal fəaliyyət göstərməsi üçün müəssisə və təşkilatların, habelə digər təsərrüfat subyektlərinin maliyyə intizamına ciddi şəkildə əməl etmələri tələb olunur. Bunun üçün dörd sadə qaydanın yerinə yetirilməsi təmin edilməlidir; a) alıcılar bağlanmış sazişlərə əməl edirlər və aldıkları əmtəələrin dəyərini ödəyirlər; b) borcalanlar kredit müqavilələrinin tələblərini pozurlar və öz borclarını ödəyirlər; c) vergiödəyiciləri vergiləri ödəyirlər; e) firma, müəssisə və şirkətlər öz məsrəflərini əldə etdikləri gəlirlər hesabına ödəyirlər.

Dövlət tərəfindən səmərəli tənzimlənən bazar iqtisadiyyatı şəraitində birinci üç qaydaya əməl edilməsi sahəsində hüquqi öhdəliklər mövcud olur. Dördüncü qaydaya əməl edilməsinə isə müəssisələri bazar iqtisadiyyatının öz təbiəti məcbur edir. Uzun müddət ziyanla işləyən müəssisələr (firmalar, şirkətlər) əvvəl-axır müflisləşir və iflasa uğrayırlar. Buna görə də müəssisə və şirkətlər öz vəsaitlərindən (xüsusi və cəlb edilmiş) daha səmərəli istifadə etməli, onların xərc-lənməsi istiqamətlərini düzgün müəyyənləşdirməli, əldə etdikləri gəlirlər hesabına həm bütün cari xərclərini ödəməli və öhdəliklərini yerinə yetirməli, həm də perspektiv inkişafı təmin edəcək vəsaitlər (yığım və ehtiyat fondları) toplamalıdır.

Firmanın maliyyə resursları dedikdə, onun öz maliyyə öhdəliklərini yerinə yetirməsi, cari xərcləri və öz istehsalının genişləndirilməsilə əlaqədar olan özünün pul vəsaitləri və borc alınmış (kənardan daxil olmuş) vəsaitlərin məcmusu nəzərdə tutulur.

Firmanın maliyyə resursları yaranma mənbəyinə və mənsəyinə görə xüsusi və cəlb edilmiş (borc) vəsaitlərinə bölünürlər. **Müəs-**

sisələr müxtəlif mülkiyyət, təşkilati-hüquqi və təşkilati-iqtisadi formalarda olduqlarından, onların xüsusi vəsaitlərinin yaranma mənbələri də xeyli dərəcədə fərqlənir.

Müəssisələrin xüsusi vəsaitləri əsasən aşağıdakı mənbələrdən formalaşır:

1. Mülkiyyətçi tərəfindən verilən kapital – onun əsas hissəsini təşkil edən nizamnamə fondu (səhmlərin satışından gələn vəsaitlər, mülkiyyətçi və təsisçilərin pay vəsaitləri);

2. Hüquqi və fiziki şəxslərin sair vəsaitləri (məqsədli maliyyələşdirmə, ianələr, xeyriyyə vəsaitləri və s.);

3. Müəssisənin yaratdığı ehtiyatlar (ehtiyat kapitalı, əlavə kapital və yığılmış mənfəət).

Cəlb edilmiş vəsaitlərin əsas mənbələri isə aşağıdakılardır:

a) bank kreditləri;

b) borc vəsaitləri;

c) istiqrazların və başqa qiymətli kağızların satışından daxil olan vəsaitlər;

d) kreditor borcları;

e) hesablanması ilə köçürülməsi vaxtı arasındakı müddətdə əmələ gələn büdcəyə olan öhdəliklər;

f) firma və ya müəssisənin əmək haqqı üzrə borc öhdəlikləri;

g) yaranma vaxtı ilə ödəmə vaxtı arasındakı fərq nəticəsində sosial sığortaya və sosial təminat orqanlarına borclar.

Hər bir firmanın fəaliyyətinin başlıca maliyyələşdirmə mənbəyi onun xüsusi vəsaitləri hesab olunur. Xüsusi vəsaitlərin ilkin mənbəyi isə müəssisənin nizamnamə kapitalıdır (yaxud fondudur). Nizamnamə kapitalı müəssisənin fəaliyyətini təşkil və təmin etmək üçün mülkiyyətçilər (təsisçilər) tərəfindən verilən vəsaitlərin məbləğini əks etdirir. "Nizamnamə kapitalı" kateqoriyasının məzmunu isə müəssisələrin təşkilati-hüquqi formasından asılı olaraq dəyişir:

– dövlət müəssisəsi üçün – müəssisənin özünü maliyyələşdirmə şəraitində fəaliyyət göstərməsi üçün dövlətin ona ayırdığı əmlakın dəyər ifadəsi;

– məhdud məsuliyyətli müəssisə üçün – mülkiyyətçilərin paylarının məbləği;

– səhmdar cəmiyyəti üçün – birgə fəaliyyəti təşkil etmək üçün iştirakçılar tərəfindən verilən əmlakın dəyər qiyməti;

– icarə müəssisəsi üçün – firmanın təsərrüfat fəaliyyətini təşkil etmək üçün mülkiyyətçi tərəfindən müəssisəyə ayrılmış əmlakın dəyər qiyməti.

Müəssisə yaradılan zaman onun nizamnamə kapitalına (fonduna) qoyulan pul vəsaitləri maddi və qeyri-maddi aktivlər şəklində ola bilər. Aktivlər pay şəklində nizamnamə kapitalına (fonduna) verildikdə, onlar üzərində əmlak hüququ təsərrüfat subyektinə, yəni müəssisəyə keçir, başqa sözlə, həmin payı verən investorlar bunlar üzərində əmlak hüquqlarını itirirlər. Müəssisə ləğv edildikdə, yaxud iştirakçı ortaqlığın və ya cəmiyyətin tərkibindən çıxdıqda, o, müəssisənin qalıq əmlakının yalnız onun payına uyğun hissəsinə iddia edə bilər, əvvəl qoyduğu vəsaitləri həmin formada və tam şəkildə tələb edə bilər. Nizamnamə kapitalı (fondu) hüquqi baxımından müəssisənin investorlar qarşısında öhdəlik (məsuliyyət) həddini əks etdirir.

Nizamnamə kapitalının (fondunun) həcmi (yaxud məbləği) müəssisə dövlət qeydiyyatına alınarkən elan olunur. Onun həcmnin artırılması (azaldılması) yalnız qanunvericiliklə müəyyən olunmuş və təsis sənədlərində (əsasən Nizamnamədə) göstərilmiş qaydalarda həyata keçirilir.

İstehsala investisiya edilmiş ilkin kapital istifadə olunduqca reallaşdırılan məhsulun qiymətində öz əksini tapan dəyər yaradır. Məhsul reallaşdırıldıqdan sonra o, pul formasını alır, müəssisənin hesablaşma hesabına daxil olur. Reallaşdırmadan mədaxil məhsul istehsalına çəkilmiş xərclərin ödənməsi və müəssisədə pul fondlarının və maliyyə ehtiyatlarının yaradılması üçün mənbə olsa da, o gəlir deyildir. Belə ki, mədaxil, istifadə prosesində keyfiyyət baxımından müxtəlif olan tərkib hissələrinə bölünür.

Mədaxilin istifadə istiqamətlərindən biri amortizasiya fondunun formalaşdırılmasıdır.

Mənfəət dinamik inkişaf edən hər bir müəssisənin başlıca vəsait mənbəyi hesab olunur. Büdcəyə vergiləri və digər ödənişləri keçirdikdən sonra xalis mənfəət müəssisənin sərəncamında qalır. Mənfəətin istifadə olunması (bölüşdürülməsi) qaydaları müəssisənin Nizamnaməsində göstərilməlidir. Mənfəətin müəyyən hissəsi payçılar ara-

sında bölüşdürülə, dividend kimi səhmdarlara verilə, yaxud, başqa formada mülkiyyətçi tərəfindən götürülə bilər. Xüsusi vəsait mənbəyi kimi mənfəətin yalnız bölüşdürülməyən hissəsi, mənfəət hesabına yaradılmış fondlar və ehtiyatlar hesab olunur.

İstər amortizasiya ayırmaları, istərsə də mənfəət müəssisənin xüsusi maliyyə resurslarıdır.

Mənfəət – müəssisənin ehtiyat fondunun yaradılmasının başlıca mənbəyidir. Ehtiyat fondunun vəsaiti gözlənilməz itkiləri və təsərrüfat fəaliyyətinin mümkün zərərlərini ödəmək üçün yaradılır, yəni, təbiəti etibarilə, sığorta xarakteri daşıyır.

Müəssisənin xüsusi vəsait mənbəyi kimi əlavə kapital, bir qayda olaraq, əsas vəsaitlərin və digər material qiymətlilərin (maddi vəsaitlərin) yenidən qiymətləndirilməsi nəticəsində əmələ gəlir. Onun istehlak məqsədlərinə istifadəsi hüquqi-normativ sənədlərlə qadağan edilir.

2. Firmada maliyyənin təşkili və planlaşdırılması

Bazar münasibətləri və firmaların tam sərbəstliyi şəraitində maliyyənin təşkili, hər şeydən əvvəl, firmanın maliyyə siyasətinin işlənib hazırlanmasını nəzərdə tutur. **Maliyyə siyasətinin işlənib hazırlanmasından məqsəd** firmanın **maliyyəsinin idarə edilməsinin** **elə səmərəli sisteminin qurulmasıdır ki, qarşıda duran strateji və taktiki vəzifələrin yerinə yetirilməsinə bilavasitə əlverişli şərait yaratmaq mümkün olsun.** Firmanın maliyyə siyasətinin işlənib hazırlanmasında bir sıra funksional struktur bölmələri (plan-iqtisadi, maliyyə, mühasibatlıq və başqaları) iştirak edirlər.

Firmanın maliyyə siyasətinin işlənməsinin strateji vəzifələri aşağıdakılar hesab olunur:

- firmanın mənfəətinin (gəlirinin) maksimumlaşdırılması;
- firmanın kapitalının (vəsaitlərinin) strukturunun optimallaşdırılması və onun maliyyə sabitliyinin təmin edilməsi;
- mülkiyyətçilər (təsisçilər, payçılar), investorlar və kreditorlar üçün firmanın maliyyə-iqtisadi vəziyyətinin "şəffaflığına" nail olunması;
- firmanın investisiya qoyuluşu üçün cazibədarlığının təmin edilməsi;

– firmanın idarə edilməsinin səmərəli mexanizminin qurulması;
 – maliyyə vəsaitlərinin cəlb olunmasının bazar mexanizmlərindən istifadə edilməsi.

Firmanın maliyyə siyasətinin işlənilib hazırlanmasının əsas istiqamətlərinə:

- a) firmanın maliyyə-iqtisadi vəziyyətinin təhlili;
- b) uçot və vergi siyasətinin müəyyən edilməsi;
- c) firmanın kredit siyasətinin işlənilib hazırlanması;
- d) dövrüyyə vəsaitlərinin idarə olunması;
- e) istehsal xərclərinin idarə edilməsi, o cümlədən amortizasiya siyasətinin seçilməsi;
- f) mənfəətin bölgüsü və istifadəsi (yaxud dividend) siyasətinin seçilməsi aiddirlər.

Firmanın iqtisadi imkanını iki baxımdan – həm onun əmlak, həm də maliyyə vəziyyəti mövqeyindən – xarakterizə etmək olar. Təsərrüfat fəaliyyətinin qeyd edilən tərəfləri sıx qarşılıqlı əlaqəlidir – əmlakın qeyri-səmərəli strukturu, onun keyfiyyətsiz tərkibi müəssisənin maliyyə vəziyyətinin pisləşməsinə gətirib çıxarır və əksinə. Buna görə firmanın maliyyə siyasətinin işlənilməsinə onun maliyyə-iqtisadi vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsindən başlanılır. Belə təhlil və qiymətləndirmə isə firmanın əmlak və maliyyə vəziyyətini əks etdirən bir sıra göstəricilərin köməyi ilə həyata keçirilir.

İstehsal firması və ya müəssisənin əmlak vəziyyətini qiymətləndirmək üçün onların sərəncamında olan əsas fondların dəyəri, əsas fondların aktiv hissəsinin payı, əsas fondların köhnəlmə (aşınma), yeniləşmə, sıradan çıxma əmsalları və s. bu kimi göstəricilərdən istifadə edilir.

Firmanın maliyyə vəziyyətinin sabitliyi maliyyə resurslarının aktivlərə (əsas və dövrüyyə vəsaitlərinə) məqsədəuyğun və düzgün qoyuluşundan əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Aktivlər isə təbii etibar ilə dinamikdir, yəni müəssisənin fəaliyyət prosesində həm aktivlərin miqdarı (həcmi), həm də onların strukturu daimi dəyişikliklərə məruz qalır.

Uzunmüddətli perspektiv baxımından müəssisənin maliyyə vəziyyəti vəsaitlərin mənbələrinin strukturu, müəssisənin kənar investordan və kreditorlardan asılılıq dərəcəsi və s. ilə xarakterizə olunur. **Müəssisənin (firmanın) xüsusi və cəlb edilmiş vəsaitləri arasındakı nisbət üçün qəbul olunmuş vahid normativ yoxdur.** Lakin

belə bir geniş yayılmış fikir var ki, müəssisənin xüsusi vəsaitlərinin payı 60 faiz və ya ondan bir qədər çox olmalıdır.

Vəsaitlərin dövriyyəsi baxımından istənilən müəssisənin fəaliyyəti özündə dövriyyə vəsaitlərinin bir növünün digərinə fasiləsiz transformasiyası (çevrilməsi) prosesini əks etdirir. Bunu aşağıdakı kimi də göstərmək olar:

$$\dots \rightarrow PV \rightarrow XM \rightarrow Bİ \rightarrow HM \rightarrow HV \rightarrow PV \rightarrow \dots$$

Burada, PV – pul vəsaitləri;

XM – anbarda olan xammal və materiallar;

Bİ – bitməmiş istehsal;

HM – hazır məhsul;

HV – hesablaşmalarda olan vəsaitlər;

Deməli, müəssisənin cari təsərrüfat-maliyyə fəaliyyətinin səmərəliliyini əməliyyat tsiklinin uzunluğuna əsasən qiymətləndirmək olar. Əməliyyat tsiklinin uzunluğu isə müxtəlif növ aktivlərdə olan vəsaitlərin dövretmə sürətindən asılıdır. Dövriyyə sürətinin artması onlardan istifadə səmərəliliyinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Buna görə də firma və ya müəssisənin maliyyə siyasətinin işlənilməsində və maliyyə planlaşdırılmasında dövriyyə vəsaitlərinin idarə edilməsi mühüm rol oynayır.

Dövriyyə vəsaitlərinin idarə edilməsində məqsəd firmanın uzunmüddətli istehsal və səmərəli maliyyə fəaliyyətini təmin etmək üçün kifayət edəcək cari aktivlərin həcm və strukturunu, onların əldə olunması mənbələrini və aralarındakı nisbətləri müəyyənləşdirməkdir. Məsələnin bu cür qoyuluşu strateji xarakter daşıyır. cari fəaliyyət baxımından firmanın mühüm təsərrüfat-maliyyə xarakteristikası onun likvidliyidir, yəni qısamüddətli kreditor borclarını vaxtılıq vaxtında ödəyə bilmək qabiliyyətidir. Kreditorlar qarşısında öhdəliklərin yerinə yetirilməsinin gecikdirilməsi təsərrüfat əlaqələrinin qırılmasına və bundan doğan bir sıra mənfi nəticələrə (istehsal xərclərinin artması, istehsal prosesində dövrü olaraq fasilələrin yaranması və s.) gətirib çıxarır.

Dövriyyə vəsaitlərinin səviyyəsi ilə firmanın (müəssisənin) mənfəəti arasında da müəyyən asılılıq var. Dövriyyə vəsaitlərinin səviyyəsi zəruri normadan az olduqda müəssisənin işində tez-tez fasilələr yaranır ki, nəticədə mənfəətin həcmi də azalır.

Dövriyyə vəsaitlərinin səviyyəsinin normativdən yüksək olması vəsaitlərin müəyyən qisminin fəaliyyətsiz qalmasına, xərclərin artmasına və beləliklə də, mənfəətin azalmasına gətirib çıxarır. Buna görə də dövriyyə vəsaitləri elə optimal səviyyədə (normada) saxlanılmalıdır ki, müəssisənin vəsaitlərindən səmərəli istifadə olunsun və ən yüksək mənfəət əldə edilsin.

Firmanın maliyyə xidməti cari aktivlərin (yəni dövriyyə vəsaiti ünsürlərinin) maliyyələşdirilməsi müddətlərinin növbəliliyini daimi nəzarətdə saxlamalı, belə maliyyələşdirmənin mövcud üsullarından daha səmərəlisinin seçilməsini təmin etməlidir. Bu isə firmanın kredit siyasətinin işlənilməsini, xüsusi və cəlb edilmiş vəsaitlərin düzgün əlaqələndirilməsini zəruri edir.

Maliyyə xidməti firmanın cari və perspektiv fəaliyyətinə uyğun olaraq borc vəsaitlərinə yaranacaq ehtiyacı dəqiq hesablmalı, kredit təşkilatını (bankı) və kreditləşdirmə formasını (verilmə formasından və müddətindən, ödəniş formasından, faiz dərəcəsindən və s. asılı olaraq) düzgün seçməlidir.

Dövriyyə vəsaitlərinin müvəqqəti çatışmamazlığını aradan qaldırmaq üçün adətən qısamüddətli kreditləşdirmədən istifadə olunur. Qısamüddətli kreditləşdirmənin əsas üsulları isə **kommersiya krediti və bank kreditidir.**

Kommersiya krediti uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələrinə malik müəssisələrin bir-birinə məhsul (material, yarımfabrikat, hissə və qovşaqlar və s.) göndərməsi və onun haqqının ödənilməsi müddətinin uzadılması ilə yaranır. Yəni bu zaman qarşılıqlı razılaşma (müqavilə) əsasında istehsal müəssisəsi satın aldığı xammal və materialların, yarımfabrikatların və s. haqqının ödənilməsini bir qədər gecikdirir. Bunun ən geniş yayılmış forması kreditor borclarıdır. Bu zaman məhsul göndərən müəssisənin vəsaitləri müvəqqəti olaraq məhsul alan müəssisənin təsərrüfat dövriyyəsində olur. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələr arasındakı belə kommersiya kreditləri veksəl, alıcının avansı, açıq hesab və s. bu kimi formalarda rəsmiləşdirilir.

Qısamüddətli kreditləşdirmənin digər üsulu bank kreditidir. Qısamüddətli bank krediti verilmə müddətinə görə bir neçə gündən bir ilə qədər ola bilər. Bank krediti aşağıdakı prinsiplər əsasında verilir:

məqsədlilik, müddətlilik, təminatlılıq. Kreditin müddəti onun alınması məqsədindən, daha doğrusu, dövriyyə və vəsaitinin hansı ünsürünün, hansı xərclərin maliyyələşdirilməsindən asılı olur.

Bazar münasibətləri və firmaların tam təsərrüfat sərbəstliyi şəraitində maliyyə işinin planlaşdırılması sistemi, adətən, aşağıdakılardan ibarət olur:

- firmanın struktur bölmələrinin fəaliyyətinin büdcə planlaşdırılması sistemi;
- firmanın fəaliyyətinin yekun (kompleks) büdcə planlaşdırılması sistemi.

Firmanın struktur bölmələrinin fəaliyyətinin büdcə planlaşdırılması sistemi aşağıdakı funksional büdcələrin yaradılmasını nəzərdə tutur: əməyin ödənilməsi büdcəsi; material məsrəfləri büdcəsi; enerji istehlakı büdcəsi; amortizasiya büdcəsi (fondu); kreditlərin ödənilməsi büdcəsi; vergi büdcəsi; sair xərclər büdcəsi.

Firmanın fəaliyyətinin yekun (kompleks) büdcə planlaşdırılması sisteminin tərkib elementləri aşağıdakılardır:

- ilkin proqnoz məlumatları;
- istehsal proqramı;
- mənfəət və zərərlər balansı;
- müəssisənin balansı;
- pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat.

Yekun büdcə gəlirlər və xərclər hissələrindən ibarət olur. Yekun büdcəni ümumi şəkildə, cədvəl formasında aşağıdakı kimi vermək olar.

Cədvəl 18.1

Müəssisənin yekun büdcəsi (gəlir və xərclərin əsas maddələri)

Gəlirlər hissəsi	Xərclər hissəsi
1.Məhsul satışından və sair satışlardan gəlirlər	1.Büdcəyə vergilər
2.Satışdankənar əməliyyatlardan gəlirlər	2.Əmək haqqı
3.Plan dövrünün əvvəlinə bank hesablarında vəsait qalıqları	3.Büdcədənkənar fondlara ayırmalar
4.Kreditlər və borclar	4.Xammal və materialların alınması
5.Sair gəlirlər	5.Elektrik enerjisinin ödənilməsi
	6.Kreditlərin ödənilməsi (faizlər nəzərə alınmaqla)
	7.Sair xərclər
Büdcə gəliri (gəlirlərin xərclərdən çox olduğu halda)	Büdcə kəsiri (xərclərin gəlirlərdən çox olduğu halda)

Büdcənin gəlirlər hissəsi xərclər hissəsindən çox olduqda mənfəət, xərclər hissəsi gəlirlərdən çox olduqda isə büdcə kəsiri (yəni borc) yaranır.

Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisənin illik, rüblük və aylıq yekun büdcələri tərtib olunur. Bu iş müəssisənin plan-iqtisad şöbəsi tərəfindən maliyyə xidmətlərinin iştirakı ilə yerinə yetirilir.

Müəssisənin (firmanın) maliyyə planı onun iqtisadi inkişaf planının digər bölmələri əsasında yaradılır. Eyni zamanda, maliyyə planının tərtib olunması maya dəyəri planının formalaşmasına, maddi və digər resurslardan istifadəyə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

Müəssisələrin öz öhdəlikləri üzrə digər müəssisələrlə hesablaşmaları, bir qayda olaraq, bank idarələri vasitəsilə nağdsız qaydada aparılır. Bununla yanaşı, müəssisələrlə, vətəndaşlarla (işçilərlə, alıcılarla və s.) nağd pulla hesablaşmalar da həyata keçirilir (əmək haqqı və başqa ödənişlərin verilməsi).

Nağdsız (nağd olmayan) hesablaşmalar dedikdə, kağız və metal puldan, habelə barterdən (məhsulun başqa məhsulla ödənilməsi) istifadə etmədən, hesablaşma sənədləri vasitəsilə həyata keçirilən ödəmələr başa düşülür. Nağdsız hesablaşmalar zamanı ödəniş tapşırıqlarından, çeklərdən, akkreditivlərdən, ödəniş-tələbnamə tapşırıqlarından istifadə edilməsinə yol verilir.

Müəssisələrlə alıcı və satıcılar arasında hesablaşma formaları müqavilə ilə (sazişlə, başqa razılaşmalarla) müəyyən olunur.

Firma pul vəsaitlərini saxlamaq və bütün növ hesablaşmaları, kredit və kassa əməliyyatlarını həyata keçirmək üçün istənilən bankda hesablaşma və digər hesablar açə bilər. Banklar daxil olan vəsaitləri bu hesablara mədaxil edir, həmin vəsaitlərin müəssisənin hesabından başqa hesablara köçürülməsi, habelə digər əməliyyatların aparılması haqqında müəssisələrin sərəncamını yerinə yetirirlər. Qanunvericilikdə xüsusi qaydalar nəzərdə tutulduğu hallar istisna olmaqla, qalan bütün hallarda müəssisələrin hesablarından bütün ödənişlər müəssisə rəhbərinin müəyyən etdiyi ardıcılıqla həyata keçirilir.

3. Firmanın maliyyə vəziyyətini əks etdirən göstəricilər

Firmanın maliyyə vəziyyətinin sabitliyi haqqında informasiyanın əsas mənbəyi mühasibat uçotudur. Firma bazara daxil olduqda mü-

hasibat informasiyalarının (maliyyə hesabatlarının) istifadəçiləri artır. Bu istifadəçilərin birinci qrupuna – firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin idarə edilməsilə əlaqədar şəxslər; ikinci qrupuna – firmada işləməyən, lakin firmada birbaşa maliyyə marağı olan şəxslər – səhmdarlar, investorlar, müxtəlif kreditorlar, məhsul və xidmətlərin alıcıları və təchizatçılar və s.; üçüncü qrupa – firmada dolayı marağı olanlar – müxtəlif maliyyə institutları, Vergi Nazirliyi, statistika orqanları, həmkarlar ittifaqları və s. daxildir.

Müəssisənin (firmanın) maliyyə vəziyyətinin təhlili üçün informasiyaların mənbəyinə illik mühasibat uçotunun "Mühasibat balansı" (forma № 1), "Mənfəət və zərərlər haqqında hesabat" (forma №2), "Kapitalın hərəkəti haqqında hesabat" (forma № 3), "Pul vəsaitlərinin hərəkəti haqqında hesabat" (forma № 4), "Mühasibat balansına əlavə" (forma № 5) aiddirlər.

Müəssisənin balansı onun əmlakının tərkibini və bu əmlakın yaranma mənbəyini göstərir. Balans iki hissədən ibarət olur: aktiv və passiv. Aktiv hissədə müəssisənin əmlakı (aktivləri), passiv hissədə onun yaranma mənbəyi göstərilir. Aydın ki, aktivlərin cəmi passiv hissənin cəminə bərabər olmalıdır.

Müəssisənin xalis aktivləri onun ümumi aktivləri ilə ümumi öhdəliklərinin fərqi kimi müəyyən olunur.

Müəssisənin maliyyə vəziyyətini əks etdirən əsas göstəricilərdən biri onun ödəmə qabiliyyətidir ($K_{\text{öq}}$). Ödəmə qabiliyyəti göstəricisi müəssisənin öz öhdəlikləri ilə hesablaşa bilmək qabiliyyətini göstərir və aşağıdakı kimi müəyyən olunur:

$$K_{\text{öq}} = \frac{\text{dövriyyə vəsaitlərinin cəmi}}{\text{qısamüddətli və uzunmüddətli öhdəliklərin cəmi}}$$

$K_{\text{öq}}$ əmsalı vahiddən böyükdürsə, deməli, müəssisə öz öhdəliklərini yerinə yetirmək imkanına malikdir.

Firmanın ödəmə qabiliyyətinin dinamikası xalis dövriyyə vəsaitləri göstəricisinin dəyişməsi əsasında müəyyən edilir. Firmanın xalis dövriyyə vəsaitləri dövriyyə vəsaitlərinin həcmi ilə qısamüddətli öhdəliklərin fərqi kimi müəyyən olunur. Xalis dövriyyə vəsaitlərinin yaranma mənbələrinə xalis gəlirin, səhmdar kapitalın, uzunmüddətli öhdəliklərin və s. artması aiddir. Dövriyyə vəsaitlərinin

həcmi daha çox olan firmalar daha etibarlı tərəfdaşlar hesab olunur. Çünki onlar öz öhdəliklərini ödəyə bilirlər və istehsalın miqyasını artırmaq imkanına malik olurlar.

Firmanın özünün qısamüddətli öhdəliklərini yerinə yetirə bilmək qabiliyyəti onun likvidliyi adlanır. Firma o vaxt likvid hesab edilir ki, o, öz dövriyyə vəsaitlərini reallaşdıraraq qısamüddətli öhdəlikləri ilə hesablaşa bilsin. Sonradan satılmaq üçün əldə olunmuş maşın və avadanlıqlar istisna olmaqla, əsas vəsaitlər əsasən müəssisənin qısamüddətli öhdəliklərinin ödənməsi üçün mənbə hesab edilə bilməz.

Müəssisə, dövriyyə vəsaitlərinin strukturundan, xarici öhdəlikləri ödəmək üçün asan və çətin reallaşdırıla bilən dövriyyə vəsaitlərinin nisbətindən asılı olaraq yüksək və ya aşağı dərəcədə likvid ola bilər.

Qısamüddətli passivlər həm də təcillik dərəcəsinə görə də qruplaşdırıla bilər.

Analitik təhlil praktikasında likvidliyi qiymətləndirmək üçün göstəricilər sistemindən istifadə olunur.

Cari likvidlik əmsalı təsərrüfat fəaliyyətini aparmaq üçün müəssisənin dövriyyə vəsaitləri ilə ümumi təminatını və öhdəliklərini və təcili öhdəliklərinin vaxtında ödənilməsinə xarakterizə edir. cari likvidlik əmsalı (K_1) aşağıdakı kimi hesablanır:

$$K_1 = \frac{\text{dövriyyə vəsaitləri}}{\text{qısamüddətli borc öhdəlikləri və kreditor öhdəlikləri}}$$

Müəssisədə bu əmsalın 2-yə bərabər olması məqsədəuyğun hesab edilir.

Müəssisənin ödəmə qabiliyyətinin bərpası əmsalı ($K_{\text{ö.q.b.}}$) 6 ay (bu, fərqli müddət də ola bilər) ərzində müəssisənin ödəmə qabiliyyətini bərpa edib və ya etməməsini göstərir. Bu əmsal aşağıdakı kimi hesablanır:

$$K_{\text{ö.q.b.}} = \frac{K_1 + 6 (K_{1s} - K_{1\text{ö}}) / T}{2}$$

Burada, K_{1s} – təhlil olunan dövrün sonunda cari likvidlik əmsalı;

$K_{1\text{ö}}$ – dövrün əvvəlinə cari likvidlik əmsalı;

T – təhlil olunan dövrdə ayların sayı;

2 – cari likvidlik əmsalının normativ əmsalı.

Əgər ödəmə qabiliyyətinin bərpası əmsalı vahiddən yüksəkdirsə, yaxın 6 ay ərzində müəssisə ödəməqabiliyyətlidir; əgər əmsal vahiddən azdırsa, onda müəssisə bu müddət ərzində öz ödəmə qabiliyyətini bərpa etmək imkanına malik deyildir.

Müəssisənin təcili likvidliyi pul vəsaitlərinin, qiymətli kağızların (qısamüddətli maliyyə qoyuluşlarının) və debitor öhdəliklərinin cəminin qısamüddətli öhdəliklərə nisbəti kimi müəyyən edilir. Bu əmsal cari öhdəliklərin hansı hissəsinin nağd pulla yanaşı, yüklənmiş və yola salınmış məhsuldan, yerinə yetirilmiş iş və xidmətlərdən daxil olacaq pul vəsaitləri hesabına ödənəcəyini göstərir. Təcrübədə təcili likvidlik əmsalının vahidə bərabər olması məqsədəuyğun hesab edilir.

Müəssisənin və ya firmanın mütləq likvidliyi pul vəsaitləri və tez reallaşdırıla bilən qiymətli kağızların dəyərinin cəminin qısamüddətli öhdəliklərə (qısamüddətli borclar və kreditor borcları) nisbəti kimi müəyyən edilir. Bu əmsalın normal kəmiyyəti kimi 0,2 götürülür.

Müəssisədə vəsaitlərin mənbələrinin strukturunu xarakterizə edən göstəricilərə müstəqillik əmsalı (K_m), maliyyə sabitliyi əmsalı, maliyyələşmə əmsalı və təmin olunma əmsalı aiddir.

Müstəqillik əmsalı (faizi) aşağıdakı kimi müəyyən olunur.

$$K_m = \frac{\text{xüsusi vəsaitlər}}{\text{aktivlərin (və ya passivlərin) cəmi}} \times 100\%$$

Bu əmsal (faiz) müəssisənin həm investorları, həm də kreditorları üçün böyük əhəmiyyətə malikdir, çünki o, müəssisənin öz vəsaitlərinin onun əmlakının ümumi dəyərində xüsusi çəkisini göstərir. Təcrübədə müəssisələr üçün bu əmsalın 50 faizə bərabər olması məqbul sayılır.

Maliyyə sabitliyi əmsalı ($K_{m.s.}$) aşağıdakı kimi hesablanır:

$$K_{m.s.} = \frac{\text{xüsusi vəsaitlər} + \text{uzunmüddətli borc vəsaitləri}}{\text{aktivlərin (və ya passivlərin) cəmi}} \times 100\%$$

Bu əmsal müəssisənin öz fəaliyyətində uzun müddət istifadə edə biləcəyi maliyyə mənbələrinin xüsusi çəkisini göstərir.

Maliyyələşmə əmsalı ($K_{mal.}$) aşağıdakı kimi hesablanır:

$$K_{\text{mal.}} = \frac{\text{xüsusi vəsaitlər}}{\text{borc vəsaitləri}} \times 100\%$$

Bu əmsal müəssisənin fəaliyyətinin xüsusi vəsait və borc vəsaitləri hesabına maliyyələşən hissələrini göstərir və nə qədər yüksəkdirsə, banklar və kreditorlar üçün müəssisənin maliyyələşdirilməsi etibarlı hesab olunur. Maliyyələşmə əmsalının vahiddən az olması onu göstərir ki, müəssisənin ödəmə qabiliyyəti kəskin şəkildə pisləşir. **Müəssisənin xüsusi vəsaitlərilə təmin olunması əmsalı ($K_{x.v.t.o.}$) onun maliyyə sabitliyi üçün zəruri olan xüsusi dövriyyə vəsaitlərinin mövcudluğunu xarakterizə edir.**

Bu göstərici qısamüddətli passivlərin (QP) (qısamüddətli borc vəsaitləri, kreditor borcları, hesablanmış dividendlər, gələcək dövrün gəlirləri, gələcək dövrün xərc və ödəmələrinə ehtiyatlar və digər qısamüddətli passivlər) dövriyyədən kənar aktivlərlə (DKA) (qeyri-maddi aktivlər, əsas vəsaitlər, bitməmiş tikinti, uzunmüddətli maliyyə qoyuluşları, digər dövriyyədən kənar aktivlər) fərqi döviyyə vəsaitlərinə (DV) nisbəti kimi müəyyən edilir:

$$K_{x.v.t.o.} = \frac{QP - DKA}{DV}$$

Praktikada bu əmsalın 0,1 olması məqbul sayılır.

4. Firmanın gəlirləri və mənfəəti

Firmanın gəlirləri – il ərzində pul vəsaitləri və digər əmlak şəklində aktivlərin daxil olması, öz öhdəliklərini yerinə yetirməklə kapitalının həcmcə çoxalması nəticəsində təşkilatın (müəssisə və ya firmanın) əldə etdiyi məcmu (ümumi) iqtisadi fayda, götürdüyü xeyirdir.

Firmanın gəlirlərinin iqtisadi məzmunlarını şərh etməzdən və onların müəyyən əlamətlər üzrə təsnifatların verməzdən öncə bu məsələlərlə bağlı bəzi məqamlra aydınlıq gətirilməsi zərurəti yaranır. Belə ki, həmin məqamlardan biri «daxilolmalar» anlayışının mahiyyətidir.

Daxilolmalar dedikdə hesablaşma mərhələsi kimi pul vəsaitlərinin nağd və nağd olmayan formalarda firmanın hesablaşma hesabına daxil edilməsi aktlarıdır.

Digər bir məqam. Əgər firma tərəfdən istehlakçıya göndərilmiş məhsulların haqqının ödənilməsi sonraya saxlanırsa və ya gecikdirilsə, bu, daxilolmalar deyil, debitor borcları adlanır.

Növbəti məqamlardan biri də məhsul satışından pul vəsaitidir («satışdan pul vəsaitləri» rus dilində «vıruçka» adlanır). Daxilolmalarla debitor borclarının cəmi, məcmuu isə satışdan pul vəsaitləri adlanır. Beləliklə, satışdan pul vəsaitləri ilə ərzində firmanın xalis əmlakını artıran pul formasında dəyərlərin mədaxilidir. Firmanın hesabına daxil olan pul vəsaitlərinin heç də hamısı onun xalis əmlakını artırma bilmirlər və elə buna görə də onlar gəlir hesab oluna bilməzlər. Məsələn, firma tərəfindən bankdan götürülmüş kredit onun üçün gəlir deyildir. Çünki, kredit bir tərəfdən onun əmlakını artırarsa da digər tərəfdən – kreditin götürülməsi ilə əlaqədar – firma borca düşür, deməli, onun xalis əmlakının dəyər məbləğində heç bir dəyişiklik baş vermir.

Nəhayət, bir məqamda firmanın ümumi gəliridir. Ümumi gəlir – firmanın istehsal–kommersiya fəaliyyətinin yekun nəticəsini xarakterizə edən göstəricidir. O, satışdan vəsaitin və satışla bağlı olmayan əməliyyatlardan daxil olan vəsaitlərin cəmindən–əmək haqqı xərc maddəsi istisna olmaqla– kommersiya (tam) maya dəyərini çıxmaqla hesablayırlar.

Yeri gəlmişkən göstərmək lazımdır ki, firmanın təsisçilərinin qoyduqları əmanətlərin hesabına kapitalın çoxalması onun üçün gəlir hesab olunmur. Bundan başqa gəlirlərin əldə edilməsi pul vəsaitlərinin, aktivlərin və digər əmlakın daxilolması ilə əlaqədar olduğundan firmanın üçüncü şəxsdən (hüquqi və ya fiziki) aldığı ixracatdan kömrük rüsumları, əlavə dəyər vergisi, aksizlər – sonradan büdcəyə köçürüldüyündən – firma üçün gəlir sayılmır.

Firmanın gəlirləri onların xarakteri, istiqamətləri, alınma şərtlərinə və özünün yaranma mənşəinə görə aşağıda göstərilən fəaliyyət növləri ilə bağlı olurlar:

1. Firmanın adi (əsas) fəaliyyətindən daxil olan gəlirlər
2. Firmanın icra etdiyi əməliyyatlardan gələn gəlirlər
3. Məhsulların, göstərilən xidmətlərin və görülən işlərin satılması ilə bağlı olmayan gəlirlər
4. Fövqəladə hallarla əlaqədar daxil olan gəlirlər

Yuxarıda göstərilənlərdən yalnız birincisi firmanın əsas (adi) fəaliyyətilə, qalanları isə sair daxil olmalardan əldə edilən gəlirlər hesab edilir.

Gəlir növlərinin təsnifləşdirilməsində onların daha 2 əlaməti əsas kimi götürülür:

a) gəlirlərin əldə olunmasının daimiliyi – mütəmadi və təsadüfi

Gəlirlərin daimiliyi, fasiləsizliyi baxımından istisna təşkil edən «fövqəladə hallarla bağlı» gəlirlərdir. Bunlar gözləniləndirlər, lakin zəruri, arzuolunan deyildirlər; bu gəlirlər təsadüf mahiyyətli, olsa-olsa, vaxtaşırı mahiyyət daşıyan gəlirlərdir.

b) hesabat dövrünə aidiyyətinə görə – cari gəlirlər və gələcək dövrün gəlirləri:

Gəlirlərin təsnifləşdirilməsində istifadə olunan başqa bir əlamətdə cari gəlirlərin firmanın xərclərilə qarşılıqlı əlaqəsidir. Bu əlaqələrdən birincisi cari hesabat dövrünün xərclərilə əlaqədar olan cari hesabat dövrünün gəlirləridir. İkincisi isə yaranması cari hesabat dövrünün xərcləri ilə əlaqədar olmayan gəlirlərdir.

Firmaya daxil olan gəlir növlərinin iqtisadi məzmunlarına görə səciyyələri aşağıda təsvir olunduqları kimidir.

Firmanın adi fəaliyyətindən daxil olan gəlirlər. Bu qəbildən olan gəlirlərə, artıq qeyd olunduğu kimi, istehsal edilmiş məhsulun, göstərilmiş xidmətin və görülmüş işin satılmasından əldə edilən gəlirlər aid olunurlar. Başqa sözlə, bu növ gəlirlər firmanın təsis olunması məqsədilə birbaşa bağlı olan gəlirlərdir.

Firmanın gəliri, əsasən, həcmi satılmış məhsulun miqdarından və qiymətindən asılı olaraq realizasiyadan daxil olan pul vəsaiti vasitəsilə formalaşır. Deməli, satışdan gələn pul vəsaitinin məbləğini müəyyən etmək üçün satılan hər bir növ məhsulun bazar qiyməti onun sayına vurularaq cəmlənir. Başqa sözlə:

$$G = \sum_{i=1}^n S_i \times Q_i$$

Burada G – məhsulun satışından pul vəsaitidir;

S_i – satılan məhsulun həcmidir;

Q_i – satılan məhsulun qiymətidir;

n – məhsul növlərinin miqdarıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, əgər firmanın gəliri onun istehsal etdiyi məhsulun satışından məcmuu pul vəsaitlərinin məbləğidirsə, mənfəəti həmin məcmuu pul vəsaitlərinin məbləği ilə məcmuu istehsal xərclərinin fərqidir.

Firmanın icra etdiyi əməliyyatlardan daxil olan gəlirlər. Bu qəbildən olan gəlirlərə:

– firmanın kənar təşkilata müvəqqəti istifadə üçün verdiyi aktivlərə görə ödəniş haqqı kimi daxil olan gəlirlər;

– kəşflərə görə patent, sənaye məhsulu nümunələri və digər intellektual mülkiyyət növlərindən istifadə hüququna görə daxil olan gəlirlər;

– başqa təşkilatların nizamnamə kapitalında iştirak etməkdən (faizlərdə daxil olmaqla qiymətli kağızlardan) daxil olan gəlirlər;

– firmanın başqa təşkilatlarla müştərək işgüzar əməkdaşlığından əldə olunan gəlirlər;

– banklar tərəfindən firmaya mənsub pul vəsaitlərindən istifadəyə görə ödədiyi faizlər;

– istehsal əsas fondları və digər aktivlərin başqa təşkilatlara satışından daxil olan gəlirlər aid edirlər.

Yuxarıda sadalanan gəlirlər – əgər onların əldə olunması təşkilat üçün əsas fəaliyyət növü ilə bağlıdırsa – «adi fəaliyyət növlərindən gəlirlər» hesab olunurlar. Bu qəbildən olmayan təşkilatlar üçün isə belə gəlirlər «firmanın icra etdiyi əməliyyatlardan gələn gəlirlər»ə aid olunurlar.

Firmanın gəlir növlərindən biri də **«məhsulların, göstərilən xidmətlərin və görülmə işlərin satılması ilə bağlı olmayan gəlirlər»**dir. Bu gəlirlərə müqavilə şərtlərini pozduqlarına görə «müqabil tərəflərin» ödədikləri cərimələr, dəbbələmə pulu, peniyalar; təmənnasız, o cümlədən müqavilə əsasında bəxşiş kimi verilmiş aktivlər; başqa təşkilat tərəfindən firmaya vurulmuş ziyanın ödənilən məbləği; keçən dövrə, aid olan, lakin hesabat ilində aşkar edilmiş mənfəət; iddia (isk) vaxtı keçmiş kreditor və deponent borcların qaytarılmasından gələn gəlirlər aid olunurlar.

Nəhayət, **fövqəladə hallarla bağlı olan gəlirlər.** Adından görünüyü kimi, firma üçün bu qəbildən olan gəlirlər onun təsərrüfatçılıq fəaliyyətində baş verən fəvqəladə hadisələrlə bağlı daxil olan gəlir-

lərdir. Bunlara iqtisadi məzmunlarna görə mütləq mənada «gəlir» demək o qədərdə düzgün deyildir. Buraya yangın, daşqın, qəza və digər təbii fəlakət halları üçün ödənilən sığorta ayırmaları, bərpası və istifadəsi mümkünsüz olan aktivlərin satılmasından əldə olunan pul vəsaitləri aid edilir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində mənfəətin əldə olunması müəssisənin yaradılması və fəaliyyətinin əsas məqsədidir. Mənfəət müəssisənin mövcudluğu və gələcək fəaliyyəti üçün müəyyən təminat yaradır.

Bazarda firma xüsusiləşmiş əmtəə istehsalçısı kimi çıxış edir. Firma məhsula qiymət müəyyən edərək onu istehlakçılara satır və nəticədə, müəssisəyə pul mədaxili baş verir. Bu zaman mənfəət də əldə olunur. Maliyyə nəticəsini müəyyən etmək üçün mədaxillə məhsulun maya dəyərini müqayisə etmək lazımdır. Əgər mədaxil maya dəyərindən çoxdursa, bu mənfəətin alınmasını göstərir. Müəssisə həmişə çalışır ki, mənfəət əldə etsin. Əgər mədaxil maya dəyərindən az olursa, müəssisə zərərə düşür, iflasa uğrayır.

Mənfəət bazar münasibətlərinin kateqoriyası kimi, aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

–firmanın fəaliyyəti nəticəsində əldə edilmiş iqtisadi səmərəni xarakterizə edir;

– firmanın maliyyə resurslarının əsas elementidir;

–müxtəlif səviyyəli büdcələrin gəlir hissəsinin formalaşması mənbəyidir.

Zərər də firmanın fəaliyyətində müəyyən rol oynayır. O, maliyyə vəsaitlərindən istifadə, istehsalın təşkili və məhsulun satışı istiqamətində firma və ya müəssisənin uğursuzluqlarını göstərir.

Müəssisə və istehsal firmalarında mənfəətin öz kəmiyyətinə, iqtisadi məzmununa və funksional təyinatına görə dörd göstəricisi formalaşır. Bütün bu hesablamaların bazasında **müəssisənin istehsal-təsərrüfat və ya firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin əsas göstəricisi olan balans mənfəəti dayanır.** Verginin hesablanması üçün xüsusi göstərici – ümumi mənfəət, bunun əsasında isə vergi tutulan və vergiyə cəlb edilməyən mənfəət hesablanır. **Vergilər və büdcəyə digər ödəmələr edildikdən sonra balans mənfəətinin qalan hissəsi xalis mənfəət adlanır.** O, müəssisənin fəaliyyətinin son maliyyə nəticəsini xarakterizə edir.

Balans mənfətinə üç əsas element: a) məhsulun reallaşdırılmasından, işlərin yerinə yetirilməsindən, xidmətlərin göstərilməsindən mənfəət (zərər), b) müəssisənin əsas vəsaitlərinin və digər əmlakının reallaşdırılmasından daxil olan mənfəət (zərər), və c) reallaşdırmadan (satışdan) kənar əməliyyatların maliyyə nəticələri daxildir.

Məhsulun (iş və xidmətlərin) reallaşdırılmasından mənfəət firmanın əsas fəaliyyətinin maliyyə nəticəsidir. Reallaşdırmadan mənfəət – reallaşdırmadan mədaxillə (ƏDV-siz və aksizsiz) istehsal və reallaşdırma xərclərinin (kommersiya maya dəyəri) fərqi kimi müəyyən olunur.

Firmanın əsas vəsaitlərinin və digər əmlakının reallaşdırılmasından mənfəət (zərər) özünün balansında olan əmlakın satışından əldə olunur.

Reallaşdırmadan kənar maliyyə nəticələrinə alınmış və ödənilmiş cərimə, peniya və digər sanksiya növlərinin saldosu, həmçinin hesabat ilində aşkar olunmuş keçmiş illərin mənfəəti, keçmiş illərdə silinmiş debitor borclarının ödənməsindən daxil olan məbləğ, müəssisənin hesablarında olan pul vəsaitlərinə görə ödənilən faizlər, digər müəssisələrin nizamnamə kapitalında pay iştirakından gəlirlər, qiymətli kağızlar üzrə gəlirlər və s. daxildir.

Büdcəyə vergilər və digər ödənişlər köçürüldükdən sonra xalis mənfəət müəssisənin sərəncamına keçir. Müəssisə həmin mənfəətdən öz nizamnaməsinə uyğun istifadə edir.

Mənfəət, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, müəssisənin xüsusi vəsaitlərinin formalaşmasının, onun gələcək inkişafının başlıca mənbəyidir. Buna görə, də maliyyənin planlaşdırılmasının ən mühüm məsələlərindən biri də mənfəətin bölgüsü siyasətinin (yaxud dividend siyasətinin) işlənilməsidir.

Firmanın sərəncamında qalan mənfəətin bölgüsünə əsas tələb ondan ibarətdir ki, onun istehlaka və yığıma gedən hissəsi arasında optimal nisbət geniş təkrar istehsal prosesini maliyyə resursları ilə təmin etsin.

Mənfəətin bölgü siyasəti işlənərkən məsələnin iki tərəfi diqqət mərkəzində saxlanılır: bir tərəfdən, dividendlərin (səhmlərə görə mənfəət payı, yaxud təsis payına uyğun mənfəət payı və s.) verilməsi

mülkiyyətçilərin maraqlarını müdafiə etməlidir. Yüksək dividendlər firmanı investorlar üçün cazibədar edir; digər tərəfdən isə, dividendlərin maksimumlaşdırılması yaxud mənfəətin daha çox hissəsinin mülkiyyətçilər arasında bölgüsü istehsalın inkişafına yönəldilən (təkrar investisiya) mənfəət payının azalmasına gətirib çıxarır ki, bu da firmanın gələcək inkişafına problemlər yaradır. Buna görə də mənfəətin bölgüsü siyasəti bu iki məsələnin optimal əlaqələndirilməsi əsasında qurulur.

Mənfəətin bölgüsünü, onun istifadəsinin əsas istiqamətlərini müəyyən edərkən, hər şeydən əvvəl, rəqabət şəraitini nəzərə almaq lazımdır, çünki bu şərait firmanın istehsal gücünü əhəmiyyətli dərəcədə artırmaq və təzələmək zərurətini diktdə edə bilər. Buna uyğun olaraq kapital qoyuluşlarını, dövriyyə vəsaitlərinin artırılmasını, elmi-texniki tədqiqatların aparılmasını, yeni texnologiyaların tətbiqini, mütərəqqi əmək metodlarına keçidi və s. maliyyələşdirmək üçün mənfəətdən ayırmaların miqyası müəyyənləşdirilir.

5. Firmanın vergi ödənişləri

Hər şeydən öncə göstərmək lazımdır ki, hər hansı bir ölkənin vergi siyasətinin, sözün geniş mənasında, səmərəliliyi onun öz funksiyalarını lazımınca yerinə yetirdiyi təqdirdə təmin oluna bilər. Bunlar: a) büdcəyə daxil olmalar dövlətin öz iqtisadi və sosial vəzifələrini reallaşdırmaq üçün kifayət məbləğdə olsun; b) geniş təkrar istehsalın fasiləsizliyi üçün yetərli olsun. Bütün vergi ödəyiciləri kimi firmaların bu işdəki rolu heç bir şübhə doğura bilməz.

Firmanın maliyyə siyasətinin mühüm istiqamətlərindən biri uçot işinin mötəbərliyi və vergi işinin düzgün planlaşdırılmasının təşkili-dir. Müəssisələr uçot siyasətini "Mühasibat uçotu haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi tərəfindən təsdiq edilmiş "Müəssisələrin mühasibat uçotunun hesablar planı və onun tətbiqinə dair" təlimat, "Müəssisənin uçot siyasəti haqqında" Əsasnamə və başqa normativ-hüquqi aktlar əsasında işləyib hazırlayır və həyata keçirirlər.

Vergi planlaşdırılmasının təşkilində məqsəd müəssisənin büdcə ilə qarşılıqlı münasibətlərinin səmərəli, həm də qanunvericiliyin tə-

ləblərinə müvafiq qurulmasıdır. Vergi planlaşdırılması işi vergi qanunları (Vergi Məcəlləsi və s.) əsasında aparılır.

Müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin gəlirlərindən (mənfəətindən) və ayrı-ayrı fondlarından (məsələn, əməyin ödənişi fondundan) büdcəyə və başqa fondlara ödəmələrin (vergi və ayırmaların) məbləğinin çox və ya az hesablanması müəssisənin vəsaitlərinin öz əsas məqsədindən yayındırılmasına gətirib çıxarır.

Hazırda Azərbaycan Respublikasında firma və müəssisələr dövlət büdcəsinə və büdcədən kənar fondlara aşağıdakı vergi və ayırmaları ödəyirlər:

1) Əlavə edilən dəyərdən vergi (əlavə dəyər vergisi – ƏDV) – məhsulların, işlərin, xidmətlərin istehsalı prosesində yaranan və onlar satıldıqca reallaşan dəyər artımının bir hissəsinin büdcəyə alınması formasıdır.

Burada bir məsələnin qeyd olunması çox vacibdir; beləki, əvvəla, əlavə dəyər vergisi birbaşa deyil, dolayısı ilə alınan vergi növüdür; əmtənin, görülən işin və göstərilən xidmətlərin qiymətlərinə əlavə formasıdır. İkincisi, bu vergi növü istehsalçı müəssisələrin mənafeələrinə toxunmur; o, məhsulların istehlakçılara tətbiq edilən, daha doğrusu, onlardan alınan vergidir. İstehsalçı müəssisə və yaxud sahibkar, sadəcə olaraq, bu işdə vergi toplayan qismində çıxış edir.

Hal hazırda Azərbaycan Respublikasında əlavə dəyər vergisi 18% dərəcəsi ilə ödənilir.

Əlavə dəyər vergisi Azərbaycan Respublikası ərazisində məhsulların istehsalı, işlərin görülməsi, xidmətlərin göstərilməsi və tədavülü prosesində onların dəyərinə əlavənin bir hissəsinin, həmçinin Azərbaycan Respublikası ərazisinə gətirilən və vergi tutulan bütün məhsulların dəyərinin bir qisminin büdcəyə tutulması formasıdır. ƏDV məhsul istehsalının və göndərilməsinin, işlər görülməsinin və xidmətlər göstərilməsinin bütün mərhələlərində ödənilir. Vergi tutulan dövriyyədən ödənilməli olan ƏDV-nin məbləği bu cür dövriyyədən hesablanan verginin məbləği ilə verilən hesab-fakturalara müvafiq surətdə əvəzləndirməli olan verginin məbləği arasındakı fərq kimi müəyyən edilir.

Məhsul satılarkən onun qiyməti əlavə dəyər vergisinin məbləği qədər artırılmalıdır. Əlavə dəyər vergisi də nəzərə alınmaqla forma-

laşmış qiymətin tərkibində verginin məbləğini təyin etmək üçün verginin hesabat dərəcəsi nəzərdə tutulur. Hesabat dərəcəsi əmtəənin, vergi də nəzərə alınmaqla, formalaşmış qiymətinin tərkibində əlavə dəyər vergisinin payını müəyyən edir. O, aşağıdakı kimi təyin olunur:

100 % – əlavə dəyər vergisi nəzərə alınmadan əmtəənin qiyməti;

18 % – əlavə dəyər vergisinin faiz dərəcəsi;

118 % – əlavə dəyər vergisi nəzərə alınmaqla son qiymət.

Son qiymətin tərkibində verginin payını müəyyən etmək üçün aşağıdakı tənəsübdən istifadə olunur:

118 % – 100 %

18 % – x

$$x = \frac{18 \times 100}{118} = 15,25 \%$$

Yuxarıda deyilənləri aşağıdakı şərti bir misalla izah edək. Fərz edək ki, istehsalçının satdığı məhsulun dəyəri 500 manatdır. 18 % vergi dərəcəsi ilə əlavə dəyər vergisinin məbləği 90 manat olacaq. Alıcı məhsulu alarkən əlavə dəyər vergisi də daxil olmaqla satıcıya 590 manat ödəyir. Bu zaman məhsulun vergi də daxil olmaqla tam dəyərində əlavə dəyər vergisinin payı aşağıdakı qaydada hesablanır:

590 manat – 100 %

90 manat – x %

$$x = \frac{90 \times 100}{590} = 15,25 \%$$

Əlavə dəyər vergisinin hesablanması kifayət qədər mürəkkəb və mərhələli bir işdir. Çünki büdcəyə ödənilməli olan verginin məbləği əmtəənin alıcısından alınmış əlavə dəyər vergisinin məbləği ilə istehsalda istehlak olunmuş material ehtiyatları və xidmətlərə görə ödənilmiş əlavə dəyər vergisinin fərqi kimi müəyyən olunur.

I mərhələ. Hasilat müəssisəsi 100 manatlıq xammal və material alıb. Ölkədə mövcud olan qaydaya görə vergi gəlirlərin yaranma mənbəyinə görə tutulur, yəni əlavə dəyər vergisini satıcı alıcıdan alır və büdcəyə ödəyir. Buna görə də hasilat müəssisəsi 100 manatlıq xammal və material alarkən 18 manat məbləğində də əlavə dəyər

vergisini ödəyir. Hasılat müəssisəsi öz məhsulunu istehsal müəssisəsinə özünün topdansa satış qiyməti ilə 150 manata və 27 manat ($150 \times 0,18$) əlavə dəyər vergisi də daxil olmaqla 177 manata satır. Bu zaman hasılat müəssisəsindən büdcəyə ödənilməli məbləğ: 27 man. – 18 man. = 9 man. olacaqdır. Burada 18 manat hasılat müəssisəsinin xammal və material alarkən satıcıya ödədiyi əlavə dəyər vergisinin məbləğidir.

II mərhələ. İstehsalçı müəssisə 27 manat əlavə dəyər vergisi də daxil olmaqla 177 manat məbləğində material ehtiyatı alıb. Hazır məhsulu müəssisənin topdansa satış qiyməti ilə 300 manat satır. Bu zaman istehsalçı müəssisə topdansa satış qiymətinin üzərinə 54 manat ($300 \times 0,18$) əlavə dəyər vergisini də daxil etməklə məhsulu 354 manata ticarət müəssisəsinə satır. İstehsalçı müəssisənin 27 manat material ehtiyatı alarkən hasılat müəssisəsinə ödədiyi əlavə dəyər vergisini nəzərə almaqla büdcəyə ödəməli olduğu məbləğ: 54 man. – 27 man. = 27 manata bərabər olur.

III mərhələ. Ticarət müəssisəsi 54 manat əlavə dəyər vergisi də daxil olmaqla 354 manat məbləğində məhsul alır. Bu məhsula 350 manat qiymət qoyarkən həmin dəyərin üzərinə 63 manat ($350 \times 0,18$) əlavə dəyər vergisini daxil edir və 413 manata satır. Ticarət müəssisəsinin büdcəyə ödəməli olduğu məbləğ: 63 man. – 54 man. = 9 manat olacaqdır, çünki ticarət müəssisəsi məhsulu alarkən 54 manat əlavə dəyər vergisini istehsal müəssisəsinə ödəmişdi.

IV mərhələ. Son istehlakçı 63 manat əlavə dəyər vergisi daxil olmaqla 413 manatlıq məhsul alır.

Beləliklə, son istehlakçıya qədər bütün mərhələlərdə büdcəyə ödənilməli olan əlavə dəyər vergisinin məbləği aşağıdakı düsturla hesablanır:

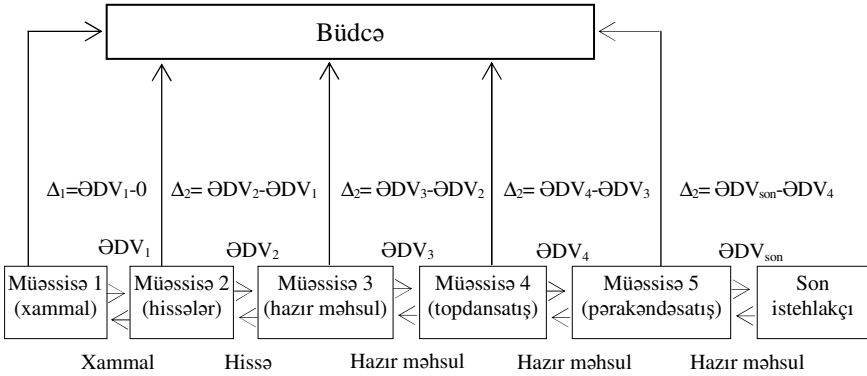
$$\Theta DV_b = \Theta DV_a - \Theta DV_ö$$

Burada, ΘDV_b – əlavə dəyər vergisinin büdcəyə ödənilməli olan məbləği;

ΘDV_a – alınmış əlavə dəyər vergisinin məbləği;

$\Theta DV_ö$ – ödənilmiş əlavə dəyər vergisinin məbləği.

Əlavə dəyər vergisinin ödənilməsi formasını sxematik şəkildə aşağıdakı kimi göstərmək olar:



Şəkil 18.2. Əlavə dəyər vergisinin büdcəyə tutulması mexanizmi

2) Aksiz vergisi – müəyyən qrup kütləvi istehsal məhsullarının, zinət əşyalarının, habelə xidmətlərin (məsələn, alkoqollu içkilər, tütün məmulatları, neft məhsulları və s.) qiymətlərinə daxil edilən və alıcı tərəfindən ödənilən vergidir. Aksiz tutulmalı məhsulların siyahısı və onların aksiz dərəcələri respublika hökumətinin müvafiq qərarları ilə təsdiq edilir.

3) Mənfəət vergisi – müəssisə və təşkilatların mənfəətindən qanunla müəyyənləşdirilmiş dərəcə ilə hesablanaraq dövlət büdcəsinə köçürülür. Hazırda mənfəət vergisinin dərəcəsi 22 faiz müəyyən edilmişdir və 1 yanvar 2010-cu ildə 20 faiz səviyyəsində müəyyən ediləcəkdir.

4) Mədən vergisi – ölkə ərazisindəki yeraltı sərvətlərdən səmərəli istifadə etmək və onlar çıxarılarkən ayrı-ayrı sahələr arasında rentabellik səviyyəsi ilə əlaqədar rəqabət münasibətlərini tənzimləmək məqsədi ilə ödənilir. Mədən vergisini yalnız yerin təkindən faydalı qazıntıların çıxarılması ilə məşğul olan müəssisələr ödəyir. Bu vergiyə cəlb olunan faydalı qazıntı növlərini və vergi dərəcələrini hökumət təsdiq edir.

5) Əmlak vergisi – müəssisələrin balansında olan əsas vəsaitlərin məbləğindən (dəyərindən) 1 faiz dərəcəsi ilə ödənilir.

6) Torpaq vergisi – müəssisə və təşkilatların mülkiyyətində və istifadəsində olan torpaqlardan səmərəli istifadəni təmin etmək üçün hər il torpaq vergisi tutulur. Verginin dərəcəsi torpağın təyinatından, sahəsin-

dən, coğrafi yerləşməsindən və keyfiyyətindən asılı olaraq Nazirlər Kabineti tərəfindən müəyyən edilir və təsdiq edilir.

7) Xarici iqtisadi fəaliyyətdən vergilər – firma, müəssisə və təşkilatların idxal-ixrac əməliyyatları həyata keçirməsinə görə büdcəyə ödədiyi gömrük vergi və rüsumlarıdır.

8) Məcburi dövlət sosial sığorta haqqı – müəssisələr məcburi dövlət sosial sığorta haqqını hesablanmış əməyin ödənişi fondunun 22 faizi və işçiyə verilən əmək haqqının 3 faizi məbləğində Dövlət Sosial Müdafiə Fonduna ödəyirlər.

9) Yol vergisi – ölkə ərazisinə daxil olan və avtomobil nəqliyyatı vasitələrinə malik bütün fiziki və hüquqi şəxslərdən yollardan istifadəyə görə tutulur.

Əlavə olaraq qeyd etmək lazımdır ki, firmanın işçilərindən tutulan gəlir vergisi də əmək haqqı və maaşlar verildiyi zaman hesablanaraq firma tərəfindən büdcəyə köçürülür. Buna görə də maliyyənin planlaşdırılmasında bu vergi üzrə də büdcə ilə qarşılıqlı münasibətlər nəzərə alınır.

Firmanın büdcəyə və büdcədən kənar fondlara bütün ödənişləri qanunvericilikdə müəyyən edilmiş qaydada (aylıq, rüblük və ya illik) icra edilir.

Firmanın maliyyə siyasətinin formalaşmasında, maliyyənin planlaşdırılmasında xərclərin idarə edilməsi və amortizasiya siyasətinin seçilməsi mühüm rol oynayır. Firmanın maliyyə xidməti dövrü olaraq istehsal xərclərinin quruluşunu və dinamikasını təhlil (üfiqi və şaquli) etməli, müxtəlif kənarlaşmaların səbəblərini öyrənməlidir. Xərclərin müxtəlif istiqamətlərdə (məsələn, şərti-sabit xərclər, dəyişən xərclər kimi və s.) qruplaşdırılaraq təhlili istehsaldaxili ehtiyatların aşkarlanması baxımından da mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Hazırda müəssisələrdə əsas fondlara amortizasiya hesablanması üçün açıq metodundan istifadə olunur. Bu metod müəssisələrə əsas fondların qrupları daxilində differensial amortizasiya normalarının tətbiqinə imkan verir. Buna görə də müəssisənin gələcək inkişafı və səmərəli fəaliyyəti üçün düzgün amortizasiya siyasətinin seçilməsinin, vəsaitlərin amortizasiya fondunda yığılmasının və onlardan səmərəli istifadənin təmin edilməsinin çox böyük əhəmiyyəti vardır. Maliyyə xidməti, qanun çərçivəsində, elə amortizasiya siyasəti müəyyənləş-

dirməlidir ki, müəssisənin əsas fondlarının aktiv ünsürlərinin mütəmadi olaraq modernləşdirilməsi və yeniləşdirilməsi üçün vəsait mənbəyi formalaşsın. Başqa sözlə, əsas fondların alınmasına avans edilmiş vəsaitdən maksimum səmərəli istifadə təmin olunmalıdır.

Qeyd olunan bütün bu istiqamətlər müəyyənləşdirildikdən sonra firma və ya müəssisənin maliyyə xidməti cari və perspektiv maliyyə planlaşdırılması işini həyata keçirir. Firmanın sabit və davamlı fəaliyyəti və inkişafı üçün maliyyə planlaşdırılması işi mühüm əhəmiyyətə malikdir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. «Maliyyə» anlayışını izah edə bilərsinizmi?
2. Maliyyə ictimai-iqtisadi münasibətlər sistemində .
3. Firma maliyyəsinin funksiyaları hansılardır və onların şərhini verin.
4. Firmanın xüsusi və cəlb edilmiş (borc) vəsaitlərinin yaranma mənbələrini göstərə bilərsinizmi?
5. Firmanın maliyyə siyasətinin işlənilib hazırlanma istiqamətləri hansılardır?
6. Mənfəət və onun funksiyaları haqqında nələri bilirsiniz?
7. Azərbaycan Respublikasında tətbiq olunan vergi növləri hansılardır?
8. Firmanın maliyyə vəziyyətini səciyyələndirən göstəricilər haqqında nə kimi bilikləriniz var?
9. Firmanın maliyyə planı və yekun büdcəsinin şərhini verə bilərsinizmi?

Fəsil 19. Firmada qiymətin əmələ gəlməsi

1. Qiymətin əmələgəlmə qanunauyğunluqları
2. Qiymətin funksiyaları və növləri
3. Firmanın qiymət siyasəti
4. Firmanın qiymət strategiyası
5. Firmada qiymətdoyma metodları

1. Qiymətin əmələgəlmə qanunauyğunluqları

Əvvəllər qeyd olunduğu kimi, firmanın istehsal etdiyi məhsulun qiyməti həlledici dərəcədə məhsulun maya dəyərindən asılı olur. Firma miqyasında məhsulun maya dəyəri – həm də tam, kommersiya maya dəyəri – qiymətin əmələgəlməsində baza rolunu oynayır; məhsulun qiyməti «fəhmlə», «gözəyari» deyil, reallığa istinadən müəyyən edilmişdir. Başqa sözlə, istehsal olunan məhsulun qiymətinin səviyyəsi istehsal xərclərinin minimumlaşdırma həddindən asılı olur. Məhz buna görə də hər bir istehsal firması öz istehsal amilləri üçün kombinasiyanın elə variantını seçməlidir ki, zəruri olan həcmdə məhsul istehsalı ona ən az xərclə başa gəlmiş olsun.

Göstərmək lazımdır ki, firma üçün qiymətin aşağı səviyyədə olması son məqsəd deyildir, lakin qiymətin nisbətən aşağı səviyyədə olması firmanın onun üçün daha vacib olan vəzifələrin öhdəsindən gələ bilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə köməklik göstərir.

Firmanın öz məqsədlərinə çatması üçün vacib şərtlərdən biri olan qiymət özünün funksiyalarına görə ziddiyətlidir. Beləki, aşağı səviyyəli qiymət firmanın «məskunlaşdığı» segmentin genişləndirilməsinə, yaxud qorunub saxlanmasına yardımçı olursa, səviyyəsi yuxarı olan qiymət isə firmanın gəlirliliyini təmin edir.

Rəqabət mübarizəsində məhsulun qiyməti firmanın öz fəaliyyətini davam etdirə bilməsi üçün ən önəmli iqtisadi vasitə hesab olunur.

İqtisadi nəzəriyyənin müddəalarına görə qiymət əmtəənin (məhsulun) dəyərinin pulla ifadəsidir.

İqtisadi nəzəriyyənin tətbiqi sahələrindən olan müəssisənin (firmanın) iqtisadiyyatında tələyüklü məsələlərdən biri qiymət siyasətidir, qiymətin əmələ gəlməsi və qiymətin özüdür.

Firmada istehsal olunmuş məhsula qiymətin müəyyən edilməsi firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin final mərhələsi olmaqla yanaşı həm də onun bütün tərəflərini özündə birləşdirir. Bu baxımdan firmanın gələcək inkişafı onun tərəfindən qəbul edilmiş qiymət siyasətinin düzgünlüyündən, qiyməti əmələ gətirən amillərin təsir güclərini tam və hərtərəfli nəzərə almağından və nəhayət, qiymətin miqyasını dəqiq müəyyən etməyindən bilavasitə asılı olur.

Firmanın öz məhsuluna qiymət müəyyən edərkən aşağıdakı qanunauyğunluqları nəzərə almalı olur:

a) məhsulun qiyməti onun maya dəyərindən yüksək olmalıdır; mənfəətlə işləməyin təminatçısı məhz budur;

b) məhsulun qiymətinə alıcının münasibəti aydın olmalıdır və bu, qiymətdoyma üçün vacib amildir;

c) analoji məhsul istehsal edən rəqib firmaların bazardakı davranışları istehlakçılar üçün aydın olmalıdır.

Buradan belə nəticəyə gəlmək olur ki, maya dəyəri (xərclər) amilini əsas götürən firma və müəssisələrin qiymət siyasəti xərcyönümlü, bazardakı rəqiblərin davranışlarını əsas götürən firmaların qiymət siyasəti isə bazaryönümlü olur.

Qiymətin əmələ gəlməsini xərc və bazar modelləri – hər ikisi – eyni amillərin təsiri altında formalaşır. Belə amillərə texnologiya, xərc, məhsul və s. aiddirlər. **Lakin onların modellər üçün önəmlik dərəcələri eyni deyil, müxtəlif olur.** Məsələn, qiymətin əmələ gəlməsinin xərc modelində amillər «məhsul – texnologiya – xərclər – qiymət və s.» kimi sıralanırsa bazar modelində «istehlakçı – dəyərlik – qiymət – xərclər və s.» kimi düzlənir.

Göründüyü kimi, məhsulun bazar qiymətinin formalaşmasında «istehlakçı»dan sonra «dəyərlilik» - «məhsulun iqtisadi dəyərliliyi» gəlir, qiymətin xərc modelinin yuxarıda gətirilən «sxemi»ndə isə bu amil, ümumiyyətlə, yoxdur.

Məhsulun iqtisadi dəyərliliyi dedikdə istehlakçı üçün alınması əlverişli (ucuz) olanlardan elə birisidirki onda olan bir çox xassə alternativlərdə yoxdur. Belə əmtəələrin hər bir fərqli xassəsi üçün əlavə qiymət qoyulur və baza qiymətə əlavə olunur. Bu qiymətə iqtisadi ədəbiyyatda etinasızlıq qiymətidə – istehlakçıya nəzərən – deyilir.

Bazar qiymətdoyma modelində ən vacib və məsuliyyətli məqamlardan biri firmanın mütəxəsisləri (konstruktor, texnoloq, marketoloq, dizayn, kvalimetrci və s.) tərəfindən etinasızlıq qiymətinin müəyyən olunmasıdır. İstehlak şeyləri üçün bu qiymətin hesablanması elə çətinlik törətmir, mürəkkəb olan istehsal vasitələridir – bunun üçün isə xeyli məlumatlar tələb olunur, lakin məlum səbəbdən (rəqibin bunları məxfi saxlaması) onları əldə etmək mümkün olmur. Firma öz məhsulunu rəqib firmanın məhsul ilə müqayisə etdikdən sonra (məsələn, sürət, güc, xidmət xərcləri, istismarda komfort və s göstəricilər üzrə) fərqlənmə göstəriciləri aşkarlanır; fərqlər kvalimetriyanın qaydaları ilə keyfiyyət xassələrinin hər biri kəmiyyətə qiymətləndirilir. **Alınan nəticələr – fərqlənmə qiymətləri – cəmlənərək yarıya bölünür və etinasızlıq qiymətinə əlavə olunmaqla məhsulun bazar qiyməti müəyyən edilir.** Fərqlənmə məbləğləri, tərəflərin iqtisadi maraqlarının eyni dərəcədə nəzərə alınması məqsədilə, tam deyil, yarıya bölünür, etinasızlıq qiymətinə daxil edilir və bu qiymətlə istehlakçılara satılır.

Göründüyü kimi bazar qiymətinin əmələ gəlməsi bazar iqtisadiyyatının təməl qanunları olan tələb və təklifin qarşılıqlı təsirləri əsasında baş verir.

Dünya ölkələrinin təsərrüfatçılıq praktikasında qiymətdoymanın «klassik» metodu olan xərc metodundan da geniş istifadə edilir. Adından göründüyü kimi, bu metodun əsas götürdüyü amillər içərisində xərclər prioritet sayılır, həlledici hesab edilir. Qiymətin əmələ gəlməsinin xərc modelinin mahiyyəti fəslin sonunda ətraflı şərh ediləcəkdir.

Xərclərə görə qiymətin əmələgəlməsinin rolunu azaltmadan, qeyd etmək vacibdir ki, bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadi sistemdə məhsulun qiyməti tələb və təklifin qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşır. Qiymət istehsalçı ilə istehlakçı, tələb və təklif arasında əlaqələndirici, tənzimləyici və tarazlaşdırıcı bir iqtisadi vasitə kimi çıxış edir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiyməti idarə edən "bazarın görünməyən əlidir" (A.Smit), başqa sözlə, qiymət – təkrara yol verilsədə – bazarın tələb və təklif qanunlarının təsiri ilə idarə olunur, artır və ya azalır.

Qiymətin miqyasına tələb və təklifdən əlavə istehsal və tədavi xərclərinin həcmi, istehlakçılar arasındakı rəqabət, əsas məhsulun əvəzedicilərinin mövcudluğu, məhsulun keyfiyyəti, satışın mövsümlüyü, məhsulun reklamlaşdırılması, inflyasiyanın səviyyəsi, istehsalçı və istehlakçıların davranış psixologiyaları və s. bu kimi amillər də təsir göstərir.

Qiymətin müxtəlif amillərin təsiri ilə formalaşması, yaranması və dəyişməsi qiymətin əmələ gəlməsi prosesi adlanır.

Müəssisənin (firmanın) bazara təklif etməyə çalışdığı hər hansı məhsulun həcmi bir tərəfdən onun istehsalında istifadə olunan resursların qiymətlərindən və bu resurslardan istifadənin səmərəliliyindən, digər tərəfdən isə məhsulun özünün bazarda satılacağı qiymətindən asılı olur.

Firmanın məhsul istehsalına çəkdiyi xərclər iqtisadi cəhətdən xarici və daxili xərclərə bölünür. İş qüvvəsinə, xammal və materiallara, yanacaq və enerjiyə və s. bu kimi kənardan alınan resurslara çəkilən xərclər xarici xərclər, firmanın özünə məxsus olan və buna görə də haqqını ödəmədiyi resursların bazar qiyməti əsasında hesablanmış dəyərində bərabər olan xərclər isə daxili xərclər hesab edilir. Firmada məhsul istehsalına çəkilən iqtisadi xərclərin tərkibi daxili və xarici xərclər və habelə normal mənfəətdən ibarət olur. Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi xərcləri məhsulun maya dəyərində daxil edilən xərclərdən fərqləndirmək lazımdır. Çünki məhsulun maya dəyərində məhsul istehsalına sərf edilmiş xarici xərclər daxil edilir. Firmada məhsulun qiyməti iqtisadi xərclərdən yüksək olduqda o, iqtisadi mənfəət əldə etmiş olur. İqtisadi mənfəət ümumi gəlirdən bütün xərclər (xarici və daxili xərclərin, o cümlədən, normal mənfəətin cəmi) çıxılmaqla müəyyən olunur. Burada iqtisadi mənfəəti mühasibat uçotunda hesablanan mənfəətdən fərqləndirmək lazımdır. Belə ki, mühasibat mənfəətini ümumi gəlirdən yalnız xarici xərcləri çıxmaqla hesablayırlar. Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi xərclər istehsal resurslarının müəyyən sahəyə cəlb olunması üçün zəruri olan xərcləri əks etdirir.

Firmanın iqtisadi xərcləri, artıq əvvəllər qeyd olunduğu kimi, sabit və dəyişən xərclər kimi təsnifləşdirilir. Sabit xərclər istehsalın həcmnin dəyişməsindən (artıb və ya azalmasından) asılı olmur (normal mənfəət sabit xərcin tərkib elementidir), dəyişən xərclər isə istehsalın həcmnin dəyişməsindən asılı olaraq artıb və ya azalan xərclərdir.

Firma özünün canlı əmək, xammal və materiallar, yanacaq və s. bu kimi resurslarının həcmi qısa zaman kəsiyində və asanlıqla dəyişdirə (çoxalda) bilirsə, istehsal gücünü az zaman ərzində belə tezliklə artırmaq mümkün olmur. Başqa sözlə, istehsal prosesində istifadə olunan resursların həcmə dəyişdirilməsinə müxtəlif vaxtlar sərf olunduğundan, qısamüddətli və uzunmüddətli dövrlər fərqləndirilir. **Qısamüddətli dövr – müəssisənin öz istehsal güclərini dəyişməsi üçün ən qısa, lakin mövcud istehsal gücündən istifadə intensivliyini dəyişmək üçün kifayət olan zaman kəsiyidir.**

Firmanın mövqeyi və ya marağı baxımından **uzunmüddətli dövr – onun özünün kü olan bütün resursların, o cümlədən istehsal gücünün dəyişdirilməsi üçün kifayət edən vaxt intervalıdır.** Sahə miqyasında isə, uzunmüddətli dövr onda fəaliyyət göstərən müəssisə və firmaların ləğv olunması və sahəni tərk etməsi, yenilərinin isə yaranması və sahəyə daxil olması üçün kifayət edən vaxtdır. Beləliklə, qısamüddətli dövr istehsal gücünün təsbit edilmiş dövrünü, uzunmüddətli dövr isə onun dəyişdirilməsinə lazım olan vaxtı göstərir.

Qısamüddətli dövrdə müəssisə sabit istehsal gücündə daha çox dəyişən xərclər sərf etməklə istehsalın həcmi artır bilər. Lakin müəyyən andan sonra müəssisədə sərf edilən dəyişən resursun (məsələn, əmək resursunun) hər sonrakı vahidinə daha az məhsul istehsal olunur. **Bu, azalan verim qanunu adlanır.** Qeyd etmək lazımdır ki, **istehsalın həcmnin artması prosesinin əvvəlində dəyişən xərclər müəyyən həddə qədər nisbətən aşağı templə artır, sonra isə artım yüksək templə başlayır.** Dəyişən xərclərin bu cür dəyişməsi azalan verim qanununun tələbləri əsasında baş verir.

Firmanın məhsul vahidinə orta hesabla çəkdiyi ümumi xərclər orta xərclər adlanır. Təcrübədə, bir qayda olaraq, məhsul vahidinin qiyməti ilə orta xərcləri müqayisə edirlər.

Orta sabit xərclər ümumi sabit xərclərin məhsulun miqdarına nisbəti kimi müəyyən olunur. Sabit xərclərin məbləği istehsalın həcmi-

dən asılı olmadığı üçün, orta sabit xərclər istehsalın həcmi artdıqca azalır.

Orta dəyişən xərclər də, eyni ilə, ümumi dəyişən xərclərin məhsulun miqdarına nisbəti kimi hesablanır.

Qiymətin əmələgəlməsinin qanunauyğunluğunun aşkar edilməsi üçün mühüm məsələlərdən biri də «xərclərin son həddi» anlayışının mahiyyətinin müəyyən olunmasıdır.

Xərclərin son həddi konsepsiyası strateji əhəmiyyətə malikdir, çünki o, firmanın daha çox idarə edə biləcəyi xərclərin müəyyən olunmasına imkan verir. Yəni, xərclərin son həddi firmanın sonrakı məhsul vahidinin istehsalı üçün çəkdiyi xərcləri, həmçinin bu məhsul qədər istehsalı azaldıqda "qənaət edəcəyi" xərcləri göstərir. Orta xərclər göstəricisinin belə informasiyanı vermək imkanı yoxdur. İstehsalın həcminə dair qərarların qəbulu adətən son hədd xarakterinə malikdir, yəni müəssisə ya müəyyən qədər əlavə məhsul istehsal etməli və ya da onu azaltmalıdır. Xərclərin son həddi ilə son hədd mədaxilinin müqayisəsi istehsalın miqyasının artırılmasının məqsədəuyğunluğu haqqında qərar qəbul etməyə imkan verir.

İqtisadiyyatda qiymətin əmələgəlməsi qanunauyğunluqlarını müəyyən etmək üçün bazar şəraitlərini bir-birindən fərqləndirmək lazımdır. **Bunlara xalis rəqabət, xalis inhisar, inhisarçı rəqabət və oliqopoliya aiddirlər.** Bu dörd model bir-birindən sahədəki firma və müəssisələrin sayına görə fərqlənilir.

Xalis rəqabətli bazarın əsas cəhəti bazarda müstəqil fəaliyyət göstərən çoxlu sayda satıcıların mövcud olmasıdır. Rəqabət aparan firmalar standartlaşdırılmış və ya eynicinsli məhsullar istehsal edirlər. Bu zaman istehlakçı üçün bu məhsulu müəyyən qiymətə hansı satıcıdan almasının əhəmiyyəti yoxdur. Satılan məhsulların standart olması belə şəraitdə məhsulun keyfiyyəti, reklam və ya satışın stimullaşdırılması əsasında rəqabətin aparılması heç bir əhəmiyyət kəsb etmir.

Xalis rəqabət şəraitində müəssisə bazarda satılan məhsulun çox kiçik hissəsini istehsal etdiyindən öz istehsalının həcmi artırması və ya azaltması ümumi təklifə müvafiq olaraq məhsulun qiymətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmir. Rəqabətli şəraitdə firma yalnız bazar qiymətlərinə uyğunlaşmalı olur.

Rəqabətli bazarda yeni firmaların yaranmasına və onların məhsullarının bazarda satışına heç bir ciddi hüquqi, texnoloji, maliyyə və digər maneələr mövcud olmur. Yeni müəssisələr xalis rəqabətli sahəyə sərbəst surətdə daxil ola, mövcud olanlar isə sahəni sərbəst surətdə tərk edə bilərlər.

Qeyd etmək lazımdır ki, xalis rəqabət şəraitində ayrıca bir müəssisənin tələb əyrisi tam elastik olur, yəni müəssisə istehsalı məhdudlaşdırmaqla yüksək qiymətə nail ola bilmir və ya məhsul vahidinin qiymətini artırırdıqda onun məhsuluna olan tələb kəskin şəkildə aşağı düşür.

Firma qısamüddətli dövrdə bazardakı yaranmış konyukturadan asılı olaraq qiymətin üç müxtəlif səviyyəsi ilə rastlaşa bilər ki, bu da onun davranış formasını müəyyən edir. **Birinci hal, mənfəətin maksimumlaşdırılması ilə bağlıdır.** Mənfəətin maksimumlaşdırılması firmanın fəaliyyətinin əsas məqsədi olduğundan, o, bu səviyyəni təmin edən istehsal həcminə nail olmaqda həmişə israrlıdır.

İkinci hal, zərərlərin minimumlaşdırılması ilə bağlıdır. Firma məhsul istehsalı ilə əlaqədar yaranan zərərin həcmi sabit xərclərdən az olduqda, istehsalı davam etdirə bilər. Bu halda məcmu gəlirlərin məcmu xərclərdən və ya gəlirlərin son həddi xərclərinin son həddindən ən az kənarlaşdığı məqam istehsal həcmi üçün optimal ölçüsü olur.

Üçüncü hal, müəssisənin ləğv olunması ilə əlaqədardır. Əgər məcmu gəlirlər məcmu dəyişən xərclərdən azdırsa, onda müəssisənin bağlanması zərurəti yaranır.

Uzunmüddətli dövrdə isə yuxarıda qeyd edilən birinci halda sahəyə əlavə firma və müəssisələrin daxil olması və mövcudların isə istehsalı artırması ilə təklifin çoxalması nəticəsində əlavə iqtisadi mənfəət azalır və "fınışda" sifra bərabər olur; İkinci halda isə, sahəni müəssisələrin tərk etməsilə təklifin aşağı düşməsi nəticəsində qiymətin artması baş verir və zərər sifra bərabərləşir.

Beləliklə, xalis rəqabət şəraitində tələb və təklif nəticəsində yaranan müvazinət qiyməti firmanın optimal ölçüsündə məcmu gəlirlərin məcmu xərclərə və ya gəlirlərin son həddinin xərclərin son həddinə bərabər olduğu səviyyə ilə müəyyənləşir.

Qeyd etmək lazımdır ki, məhsulun qiyməti ona ola tələbin dəyişməsi nəticəsində də dəyişir. Lakin bu dəyişmə yalnız qısamüddətli

vaxt intervalında baş verir. Uzunmüddətli dövrdə isə yuxarıdakı qanunauyğunluq nəticəsində müvazinət qiyməti formalaşır.

Xalis inhisar şəraiti sahədə müəyyən məhsul istehsal edən və xidmət göstərən bir müəssisə və ya firmanın mövcud olması ilə xarakterizə edilir. Yəni, bu zaman sahə bir müəssisədən ibarət olduğundan, onları bir-birinə bərabər götürmək olar. Eyni zamanda, inhisarçı müəssisənin məhsuluna alternativlərin olmaması nəticəsində, bazarda onun öz məhsulunun qiymətini diktə etməsi (xalis rəqabətli şəraitdə müəssisə qiymətlə razılaşıq) və sahəyə əlavə istehsalçıların daxil olmasının qarşısını almaq üçün həlledici imkanlara malik olur.

Xalis inhisarçı ilə xalis rəqabət aparan satıcı arasında əsas fərq bazardakı tələblə əlaqədar olur. Əgər xalis rəqabət şəraitində ayrı-ayrı firmaların tələb əyrisi sahənin tələbi əyrisindən fərqlənsə, xalis inhisar şəraitində inhisarçı firmanın tələb əyrisi ilə sahənin tələb əyrisi üst-üstə düşür. Yəni xalis rəqabətli sahədə olduğu kimi, inhisarçı firma öz məhsulunun satış həcmi artırmaq üçün məhsul vahidinin qiymətini aşağı salmalıdır. Bununla belə inhisarçı müəssisə həm qiyməti və həm də istehsalın həcmi müəyyən edə bilər. Lakin bu o demək deyildir ki, bu zaman qiymətin müəyyən olunması bazara mənsub qanunauyğunluqların təsirindən kənarda qalır və ya alıcı inhisarçının tam hakimiyyəti altında olur.

Məlumdur ki, tələb elastik olduqda, məhsulun qiymətinin aşağı salınması firmanın məcmu gəlirlərini artırır, əks halda isə azaldır. Bu baxımdan inhisarçı firma mənfəəti maksimumlaşdırmaq üçün tələbin qeyri-elastik olduğu səviyyəyə çatana qədər məhsulun qiymətini aşağı salmaqla istehsalın həcmi artırır. Yəni, inhisarçı müəssisə istehsalın səviyyəsini gəlirlərin son həddini xərclərin son həddinə bərabər olan məqama qədər artırma bilər.

Inhisarçı rəqabət şəraiti eyni olmayan, lakin oxşar məhsullar istehsal edən nisbətən çoxlu sayda müəssisə və firmaların mövcudluğunu nəzərdə tutur. Belə şəraitdə hər bir müəssisə bazarda nisbətən kiçik paya malik olduqlarından bazar qiyməti üzərində məhdud nəzarətə malik olurlar. Eyni zamanda firmaların sayının çox olması qiymətin yüksəldilməsi məqsədilə istehsal həcmi məhdudlaşdırılması üçün gizli razılaşmaları da aradan qaldırır. Sahədə firmaların sayının çox olduğu şəraitdə onlar arasında qarşılıqlı asılılıq "his-

sləri" olmur və hər bir firma öz qiymət siyasətini müstəqil şəkildə həyata keçirir. Yəni bu zaman rəqiblərin reaksiyasını nəzərə almamaq da olar, çünki firmanın hərəkətinin təsiri çoxlu sayda olan firmaların hər birinə cüzi olduğundan, onların bu firmanın davranışına reaksiya vermələri üçün ciddi səbəblərə yer qalmır.

Xalis rəqabətli şəraitin əksinə olaraq rəqabətli inhisar şəraitində məhsulların növləri və çeşidləri nisbətən geniş olur. Yəni bu şəraitdə firma bir məhsulun müxtəlif növlərini fərqli çeşiddə istehsal edir. Xüsusilə, belə şəraitdə məhsulun keyfiyyət parametrləri, onun satışı ilə əlaqədar xidmətlər, satış yerlərinin düzgün müəyyənləşdirilməsi və istehlakçıların məhsulları əldə etmə imkanları, satışın stimullaşdırılması və s. bu kimi qiymətə əsaslanmayan rəqabət mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

İnhisarçı rəqabət şəraitində sahəyə daxil olmaq o qədər də çətin deyil. Lakin xalis rəqabətli şəraitə nisbətən burada sahəyə daxil olmaq əlavə investisiya qoyuluşları tələb edə bilər.

İnhisarçı rəqabət şəraitində hər bir firmanın tələb əyrisinin elastikliyi sahədə rəqiblərin sayından və məhsulların fərqlənməsindən asılı olur. Yəni rəqiblərin sayı nə qədər çoxdursa, məhsulun fərqlənməsi nə qədər azdırsa, tələbin elastikliyi də bir o qədər yüksək olur. Bu baxımdan inhisarçı firmanın tələb əyrisi müəyyən həddə qədər elastik olur.

Müəssisə qısamüddətli dövrdə mənfəətini, gəlirlərin son həddinin xərclərinin son həddinə bərabər olan məhsul istehsalı həcmində maksimumlaşdırır və ya zərərini minimuma endirir. Uzunmüddətli dövrdə isə normal mənfəətə meyillik olur. Çünki qısamüddətli dövrdə sahədə əlavə mənfəətin alınması uzunmüddətli dövrdə əlavə rəqiblərin sahəyə daxil olmasına və nəticədə istehsalın artmasına, zərər olduqda isə sahədən bəzi rəqiblərin getməsinə və buna görə də istehsal həcmiminin azalmasına səbəb olur. Bu da orta məcmu gəlirlərin orta ümumi xərclərə bərabər olması ilə nəticələnir.

Lakin rəqabətli inhisar şəraitinin digər xüsusiyyətləri də özlərini büruzə verə bilərlər. Əvvəla, firma rəqiblərinin istehsal edə bilmədiyi keyfiyyətdə məhsul istehsal edə bilirsə və ya müəyyən patentə malikdirsə, onda belə firmalar nisbətən uzunmüddətli dövrdə az məbləğdə iqtisadi mənfəət əldə edə bilərlər. İkincisi, inhisarçı rəqabət

şəraitində müəssisələr yeni müəssisələrin sahəyə daxil olmasındakı çətinliklərlə əlaqədar olaraq nisbətən uzunmüddətli dövrdə az məbləğdə iqtisadi mənfəət qazanırlar. Üçüncüsü isə, istehsalın yerləşməsi və istehlakçıların məhsulu əldə etmə imkanları ilə bağlı olaraq bəzi müəssisələr uzunmüddətli dövrdə normal mənfəətdən aşağı səviyyədə mənfəət əldə edə bilirlər.

Nisbətən az sayda firmanın əmtəə və xidmətlər bazarında hakimlik etdiyi sahə oliqopolik (az saylı firma) sahə hesab edilir. Oliqopolik sahədə həm eynicinsli, həm də fərqli məhsullar istehsal oluna bilər. Bu sahələrdə istehsalın miqyasından effekt daha yüksək olur və müəssisənin istehsal gücü artdıqca istehsalın iqtisadi səmərəliliyi də yüksəlir. Firma istehsal gücünü artırmaq üçün isə bazarda payını çoxaltmalıdır. Bu da firmaların qovuşmasına və miqyaslarının artırılmasına gətirib çıxarır ki, nəticədə sahədə bir neçə optimal ölçülü firma fəaliyyət göstərə bilirlər.

Oliqopolik şəraitdə firmaların sayı o qədər az olur ki, onlar öz qiymət siyasətlərini formalaşdırarkən rəqiblərinin reaksiyasını da nəzərə almaq məcburiyyətində qalırlar.

Oliqopolik bazar şəraitində məhsulun qiymətinin formalaşmasında **dörd müxtəlif halı nəzərə almaq lazım gəlir.**

1. Firma qiyməti azaldırsa, qalan digər firmalar da qiyməti azaldır, bu şəraitdə istehsalın həcmi artır, lakin bu artım rəqiblərin hesabına deyil, digər sahələrin hesabına baş verir. Əgər firma qiyməti artırarsa, onun rəqibləri də qiyməti artırırlar. Bu şəraitdə firmanın məhsuluna tələb azalır, lakin bu azalma firmanın payının azalması hesabına deyil, bütövlükdə sahənin məhsuluna olan tələbin azalması hesabına baş verir. Təcrübə göstərir ki, firma öz məhsuluna qiyməti azaldırsa, rəqiblər də öz alıcılarını itirməmək üçün qiyməti azadırlar, artırıdıda isə adətən artırırlar. Çünki istehsal firması bazardakı payını artırmaqda daha çox maraqlı olur.

2. Gizli razılaşmaların olması. Sahədə firmaların sayca az olması gizli razılaşmalar üçün münbit şərait yaradır. Gizli sövdələşmə qiymətin müəyyən olunması və bazarın bölünməsi, başqa sözlə, rəqabətin məhdudlaşdırılması ilə əlaqədar olur. Gizli sövdələşmə qeyri-müəyyənliyi aradan qaldırır, müəssisələr arasında qiymət "müharibəsi"nin qarşısını alır, mənfəəti artırır, hətta yeni rəqiblərin bazara daxil

olmasını məhdudlaşdırır. Bu zaman qiymətin səviyyəsi və istehsalın həcmi gəlirlərin son həddinin xərclərin son həddinə bərabər olduğu səviyyəyə müvafiq olaraq qəbul edilir.

3. Qiymətdə liderlik. Bu halda oliqopolistlər qiymətlərini gizli sövdələşməyə girmədən koordinasiya edə bilirlər. Sahədə adətən ən böyük və ya ən rentabelli firma qiyməti dəyişir, digərləri isə öz məhsullarının qiymətlərini liderin analoji məhsullarının qiymətlərinə uyğunlaşdırırlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, qiymət lideri istədiyi vaxt qiyməti dəyişə bilməz. Bu onun üçün mənfi nəticələrə də gətirib çıxara bilər. Yəni o, qısamüddətli dövrdə, istehsal şəraitində və tələbin səviyyəsində baş verən gündəlik dəyişikliklərə qiymətlə cavab verməməlidir. Qiymət yalnız o halda dəyişdirilir ki, bütün sahədə xərclərin və tələbin səviyyəsində ciddi dəyişiklik baş versin. Digər tərəfdən, qiymət liderinin mənfəəti maksimumlaşdıracaq qiyməti seçməsi vacib deyildir. Çünki sahədə qiymətin yüksək olması bura əlavə rəqiblərin gəlməsinə səbəb olur. Ona görə də qiymət mənfəəti maksimumlaşdıran səviyyədən aşağı olmalıdır ki, sahənin mövcud oliqopolistik strukturu qorunub saxlanıla bilsin.

4. "Xərclər üstəgəl mənfəət" prinsipi üzrə qiymətin əmələgəlməsi. Bu halda oliqopolist məhsul vahidində düşən xərcləri müəyyən edir və onun üzərinə gəlirini əlavə edir. Lakin xərclər istehsalın həcmi dəyişdikcə dəyişdiyindən, firma istehsalın plan həcmi əsas götürməlidir. Bu metodun üstünlüyü ondadır ki, çoxlu sayda məhsul istehsal edən firma üçün qiymətin müəyyən olunması asanlaşır. Digər tərəfdən isə, əgər başqa firmalarda da xərclərin səviyyəsi bərabərləşirsə, onda sahədə eyni qiymət formalaşır.

2. Qiymətin funksiyaları və növləri

Qiymət – uçot, stimullaşdırma və bölgü funksiyalarını yerinə yetirən çox önəmli bir iqtisadi vasitədir. Uçot funksiyasında qiymət, məhsul istehsalına və satışına ictimai zəruri əmək məsrəflərini əks etdirir, istehsala çəkilən xərcləri və onun nəticələrini müəyyənləşdirməkdə həlledici rol oynayır. Qiymət – müxtəlif təsərrüfat proseslərinin nəticələrini dəyər baxımından ölçməyə imkan verən iqtisadi vasitədir, göstəricidir.

Bazar münasibətləri şəraitində rəqabətə davam gətirmək üçün istehsal firması məhsulun istehsalına və reallaşdırılmasına çəkdiyi xərcləri rəqiblərinin sərf etdiyi analoji xərclərlə müqayisə etməlidir. Müəssisə bazarda rəqabət mübarizəsində məhsulun istehsalına çəkilən xərclərə maksimum qənaət etmək və məhsulun keyfiyyətini yüksəltməklə müvəffəqiyyət qazana bilər. Buna görə də qiymətin uçot funksiyası müəssisənin marketinq sisteminin təşkili, əmtəə istehsalı strategiyasının işlənilib hazırlanması və qiymət siyasətinin formalaşması üçün xüsusi əhəmiyyətə malikdir.

Qiymətin stimullaşdırma funksiyası öz əksini resurslara qənaətdə, istehsalın səmərəliliyinin və məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsində tapır. Qiymətin bu funksiyası müəyyən mənada təhrikçilik gücünə malik olmaqla məhsulun istehsalına və istehlakına qarşılıqlı təsiri ilə xarakterizə olunur. Qiymət özünün tərkib hissələrindən biri olan mənfəətin səviyyəsi ilə həm istehsalçıya, həm də istehlakçıya təsir göstərir. Nəticədə isə, qiymətin bu funksiyası istehsal və istehlakın artımını ya stimullaşdırır, ya da məhdudlaşdırır.

Qiymətin bölüşdürmə funksiyasına gəlicə o öz əksini müəyyən qrup məhsullar üzrə aksiz vergisinin, əlavə edilmiş dəyərdən verginin və s.-nin qiymətdə nəzərə alınmasında tapır. Bununla da, qiymət ümumi milli gəlirin dövlət büdcəsi, regionlar, sahələr, müxtəlif mülkiyyət formalı müəssisə və firmalar, istehlak və investisiya, əhalinin müxtəlif sosial qrupları arasında bölüşdürülməsinin mühüm vasitəsinə çevrilir.

İqtisadi məzmununa və təyinatına görə qiymətlərin aşağıdakı növləri mövcuddur:

- sənaye məhsuluna topdansasatış qiyməti;
- tikinti məhsuluna qiymət;
- tədarük qiymətləri;
- yük və sərnişin nəqliyyatının tarifləri;
- pərakəndəsatis qiymətləri;
- əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin tarifləri;
- xarici ticarət dövriyyəsinə xidmət göstərən qiymətlər.

Sənaye məhsullarına topdansasatış qiymətləri 2 növə – müəssisənin topdansasatış qiymətinə və sənayenin topdansasatış qiymətinə bölünür.

Müəssisənin topdansasatış qiyməti, məhsulun istehsalına və reallaşdırılmasına sərf olunmuş xərcləri ödəyən, müəssisənin öz fəaliyyət

yətini davam və inkişaf etdirməyə imkan verən və nəhayət, mənfəət səviyyəsini təmin edə bilən bir qiymətdir. Müəssisədə qiymətin formalaşmasına məhsulun faydalılığı, xərclərin səviyyəsi, məhsulun satışı üsulları və xidmət amilləri təsir göstərir.

Məhsulun faydalılığı qiymətin miqyasını müəyyən edən ən vacib amillərdən biridir. Hər bir məhsul alıcıların tələbatını müəyyən səviyyədə ödəmək qabiliyyətindədir və bu səviyyələr arasındakı fərq qiymət müəyyən olunarkən nəzərə alınmalıdır. **Məhsulun qiyməti və faydalılığını əlaqələndirmək üçün reklam vasitəsilə istehlakçılara məhsul haqqında hərtərəfli informasiya verilir.**

Məhsula sərf olunan xərclərlə istehsalçını təmin edən mənfəətin məcmusu qiymətin miqyasını müəyyən edir. **Lakin bu yolla qiymətin təyin edilməsi məhsulun bütün hallarda satılacağına təminat vermir. Çünki rəqabət müəssisə tərəfindən məhsula müəyyən olunmuş qiymətə ciddi şəkildə təsir göstərir.** Artıq qeyd olunduğu kimi, yüksək qiymət sahəyə əlavə rəqiblərin daxil olmasına səbəb olur ki, bu da qiymətin tədricən aşağı düşməsilə nəticələnir.

Məhsulun bölüşdürülməsi (satışı) kanallarının seçilməsi də onun (məhsulun) qiymətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərə bilər. Firmanın istehsal etdiyi məhsul nə qədər istehlakçıya yaxın olursa, onda firma üçün satış xərcləri bir o qədər az məbləğ təşkil edir. Məhsulun birbaşa istehlakçıya satılması əlavə xərclər hesabına başa gəlsə də, müəssisə özünün satış və marketing fəaliyyətiləri üzərində nəzarətə malik olur.

Xidmət amili məhsulun satışı ilə bağlı sövdələşmələrin satışdan qabaq, satış və satışdan sonrakı mərhələlərində iştirak edir və müəssisənin xidmətlə bağlı xərcləri məhsulun qiymətinə daxil olunur.

Sənayenin topdansatış (buraxılış) qiymətinə müəssisənin topdansatış qiyməti, təchizat-satış təşkilatlarının xərcləri və mənfəəti, aksiz və əlavə olunmuş dəyərə vergi daxil edilir.

Təsərrüfat praktikasında **tikinti məhsuluna qiymətlərin** üç növündən istifadə olunur:

– hər bir obyektin tikintisinə çəkilən xərclərin ölçüsünü əks etdirən smeta dəyəri;

– nümunəvi (tipik) tikinti obyektinin son məhsul vahidinin orta smeta dəyərini əks etdirən preyskurant qiyməti (1 m² yaşayış sahəsinə, 1 m² rəngsaz işinə və s.);

– sifarişçi və podratçılar arasında müqavilə əsasında müəyyən olunan müqavilə qiyməti.

Tədarük qiymətləri vasitəsilə firma və ya müəssisə, fermer və əhali tərəfindən kənd təsərrüfatı məhsulları reallaşdırılır. Bu, adətən, tərəflərin razılaşması əsasında müəyyən olunan müqavilə qiymətidir.

Yük və sərnişin nəqliyyatının tarifləri nəqliyyat təşkilatlarının yük göndərənlərdən və əhalidən yüklərin və sərnişinlərin daşınmasına görə alınan haqqı əks etdirir.

Pərakəndə satış qiymətləri ilə məhsullar ticarət şəbəkəsində əhaliyə, müəssisələrə və təşkilatlara satılır. Bu qiymət sənayenin topdanasatış qiymətilə ticarət təşkilatlarının əlavəsindən ibarət olur.

Bazar münasibətləri şəraitində qiymətlərin təsnifat əlamətlərindən biri onların dövlətin tənzimləmə təsirlərindən sərbəstlik səviyyəsidir.

Müasir dövrdə əksər məhsulların qiymətləri dövlət təsirlərindən azad, tələb və təklifin təsiri nəticəsində sərbəst şəkildə bazarda formalaşır. Tənzimlənən qiymətlər də tələb və təklifin təsiri altında formalaşır, lakin bu qiymətlərə dövlətin, nizamlanma baxımından, müəyyən təsirləri olur. Dövlət qiymətlərə onların artması və ya azalmasını birbaşa məhdudlaşdırmaqla, rentabelliğin səviyyəsini normalaşdırmaqla və s. tədbirlər vasitəsilə təsir göstərə bilər. Eyni zamanda, səlahiyyətli dövlət orqanı məhsul və xidmətlərə sabit qiymətlər də müəyyən edə bilər. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində əsasən iki növ qiymətlər: sərbəst və tənzimlənən qiymətlər fəaliyyət göstərilir.

Ticarətlə bilavasitə əlaqəli qiymətlərin xüsusi növlərinə auksion, birja və müqavilə qiymətləri aiddirlər.

Auksion (hərrac) qiyməti – hərrac (auksion) vasitəsilə satılan məhsulların aldığı qiymətdir. O, bazar qiymətindən əhəmiyyətli şəkildə fərqlənə bilər, çünki bu qiymət məmulatların nadir xassə və əlamətlərini əks etdirir.

Birja qiymətləri – birjada əmtəələrin alqı-satqısı üzrə topdanasatış sövdələşmələrində istifadə edilən qiymətlərdir. Bunlar sərbəst qiymətlərdir, çünki tələb və təklifdən, sövdələşmənin həcmindən və şərtlərindən asılı olur.

Müqavilə (kontrakt) qiyməti – bağlanmış müqavilə əsasında əmtəələrin reallaşdırıldığı qiymətdir. Müqavilə qiyməti müqavilənin

qüvvədə olma müddəti ərzində sabit qala və tərəflərin razılığı ilə vaxtaşırı dəqiqləşdirilə bilər.

3. Firmanın qiymət siyasəti

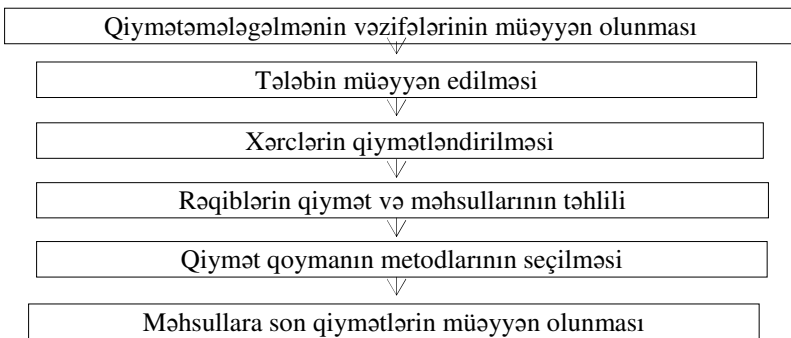
Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi mexanizminin müxtəlif vasitələri içərisində qiymət və qiymətin əmələgəlməsi mühüm yer tutur. Qiymət firmanın iqtisadi fəaliyyətinin bütün tərəflərini özündə əks etdirən yekun iqtisadi göstəricidir.

Firmada qiymətin əmələ gəlməsi bir neçə qarşılıqlı asılı və biri-digəri üçün şərt olan mərhələlərdən ibarət mürəkkəb bir prosesdir. Bu mərhələlərə firmanın qiymətməhləgəlməsinin əsas vəzifələrinin müəyyən olunması, tələbin və xərclərin qiymətləndirilməsi, rəqiblərinin qiymət və əmtələrinin təhlili, qiymətqoymanın metodlarının seçilməsi, qiymətin konkret səviyyəsinin müəyyən olunması aiddirlər.

Firmanın qiymət siyasəti özünün qarşısında duran məqsədlərə nail olmaq üçün bazarda onun (firmanın) davranışı haqqında qərarların qəbulu mexanizmidir.

Firma öz inkişafının məqsəd və vəzifələrini, təşkilati strukturunu və idarəetmə metodlarını, istehsal xərclərinin səviyyəsini və digər daxili amilləri, həmçinin sahibkarlıq mühitinin vəziyyətini və inkişafını, yəni xarici amilləri nəzərə alaraq qiymət siyasətinin hazırlanması sxemini müstəqil şəkildə müəyyən edir.

Firmanın qiymət siyasətinin hazırlanması mərhələləri və reallaşdırılması ardıcılığı aşağıdakı şəkildə göstərilmişdir:



Şəkil 19.1. Müəssisənin qiymət siyasətinin hazırlanması və reallaşdırılması mərhələləri

Firma özünün qiymət siyasətini hazırlayarkən, ilk növbədə, konkret məhsulun reallaşdırılması ilə hansı məqsədlərə nail olmasını müəyyən etməlidir. Çünki, heç də həmişə mənfəətin maksimumlaşdırılması firmanın əsas məqsədi olmur. Bu hal firmanın öz fəaliyyəti zamanı xarici mühitin təsiri nəticəsində yaranır. Məsələn, bazarda rəqabətin artdığı bir şəraitdə – xarici mühitin diktəsi ilə – firma qiyməti aşağı salmaqla özünün mənfəətini azaltmış olur. Digər tərəfdən, mənfəətin maksimumlaşdırılması firmanın kapitallaşma səviyyəsinin artırılması kimi daha böyük məqsədin bir vəzifəsinə çevrilir. Bu məqsədə nail olmaq üçün isə firma gələcək inkişafı təmin etmək məqsədilə mənfəəti azaltmaq zərurəti ilə rastlaşa bilər. Beləliklə, **özünün qiymət siyasətinin köməyi ilə firma və ya müəssisənin nail olmaq istədiyi məqsədlərə aşağıdakıları aid etmək olar.**

1. Bazarda firmanın öz stabil mövqeyini saxlaması məqsədi.

Bu, kəskin rəqabət mübarizəsi şəraitində öz fəaliyyətini həyata keçirən firmaların əsas məqsədidir. Bazarın saxlanması məqsədi firmanın bazarda mövcud vəziyyətinin və ya öz fəaliyyəti üçün əlverişli şəraitin saxlanılmasını nəzərdə tutur. Bu halda rəqabət mübarizəsinin kəskinləşməsinin mənfəətini aradan qaldırmaq və satışın azalmasını qarşısını almaq üçün firma tərəfindən müxtəlif tədbirlərin işlənilib hazırlanması tələb olunur; firma bazarda qiymətin dinamikasını, bazara yeni məhsulların daxil olmasını, rəqiblərinin davranışını öyrənməli və təhlil etməli, öz məhsuluna müəyyən etdiyi qiymətlərin bazar qiymətlərindən kəskin kənarlaşmasının qarşısını almalı, istehsal və satış xərclərinin azaldılmasına çalışmalıdır.

2. Firmanın bazarda öz satış payını artırması məqsədi. Firma bazarda yüksək paya malik olmaqla həm istehsal xərclərini aşağı salmağa, həm də uzun zaman kəsiyində mənfəət əldə etməyə nail olur. Firma, tələbin qiymətə görə elastik olduğu şəraitdə, məhsul vahidindən gəlirin bir qədər azaldılması yolu ilə satışın həcmi artırmaq hesabına mənfəətin ümumi məbləğini yüksəltməyi öz qarşısına məqsəd kimi qoyur. Firma bu halda belə hesab edir ki, reallaşdırma həcmi artırılması istehsal və satış xərclərini nisbətən azaltmağa imkan verir.

Bu məqsədlə firma satışın genişləndirilməsi və bazarda daha da böyük payı əldə etmək üçün qiymətləri aşağı salır.

Firma bu məqsədi aşağıdakı hallarda seçir:

- istehlakçıların tələbi qiymətə görə elastikdir;
- məhsul vahidinin qiymətini azaltmaqla satışın həcmi çoxaltmaq və bununla da ümumi mənfəəti artırmaq mümkündür;
- satış həcmi artırılması məhsul vahidinə düşən istehsal və satış xərclərinin nisbətən azalmasına səbəb olur;
- qiymətlərin aşağı salınması firmanın bazardakı payına rəqibləri tərəfindən olan təhlükəni aradan qaldırır;
- kütləvi istehlak bazarı mövcuddur.

3. Firmanın öz likvidliyinin (ödəməqabiliyyətinin) təmin olunması məqsədi. Bu, satış şərtlərinin müəyyən olunması ilə bağlıdır. Əgər firma etibarlı sifarişçilərə malikdirsə və hesablaşmalarla bağlı problemlər yaranmırsa, onda bu, ona stabil ödəməqabiliyyətinin olmasını təmin edir.

4. Mənfəətin maksimumlaşdırılması məqsədi. Bu halda firma öz cari mənfəətini maksimumlaşdırmağa cəhd göstərir. O, təhlil vasitəsilə qiymətin müxtəlif səviyyələrinə uyğun tələbin və xərclərin qiymətləndirilməsini aparır və xərclərin maksimal ödəndiyi qiymət səviyyəsini seçir.

Aydın ki, qeyd edilən məqsədlərə nail olmuş firma normal mənfəət əldə etmədən onun fəaliyyəti müvəffəqiyyətli hesab oluna bilməz. Digər tərəfdən, mənfəət əldə etmədən firma öz inkişafı ilə əlaqədar vəziyyətləri səmərəli yerinə yetirə və bazarda öz mövqeyini saxlaya bilməz.

Firmanın qiymət siyasətinin yuxarıda qeyd edilən uzunmüddətli məqsədlərlə yanaşı qısamüddətli məqsədləri də olur. Bunlara da aşağıdakılar aid edilir:

- bazar vəziyyətinin sabitləşdirilməsi;
- qiymət dəyişməsinin tələbə təsirinin azaldılması;
- potensial rəqabətin məhdudlaşdırılması;
- firmanın və ya məhsulun imicinin artırılması və s.

İstehsal edilən məhsula tələbin formalaşması qanunauyğunluqlarının tədqiqi firmanın qiymət siyasətinin hazırlanmasında vacib mərhələdir. Tələbin qanunauyğunluğu tələb və təklif ayrılıqları, həmçinin qiymətə görə elastiklik əmsalları ilə təhlil olunur.

Firma öz məhsuluna tələbin kəmiyyətini müəyyən edərkən, tələbin həcmi müxtəlif qiymətlərdə müəyyənləşdirməli və onun dəyişmə sə-

bəblərini dəqiqləşdirməlidir. Tələbin həcminə məhsula tələbat, əvəzədicilərin və rəqiblərin olmaması, potensial alıcıların ödəməqabiliyyəti, onların zövqləri və s. bu kimi amillər təsir göstərir. **Bu zaman tələbin qiymət səviyyəsinə həssaslıq dərəcəsi – elastiklik əmsalı – müəyyən olunmalıdır.** Əgər tələbin qiymətə görə elastiklik səviyyəsi aşağıdırsa, onda firmanın öz məhsullarına qiymətlərini artırması məqsədəuyğun hesab edilir. Əksinə, elastiklik səviyyəsi yüksək olan məhsullara isə qiyməti azaltmaq daha məqsədəuyğundur, çünki bu, firmanın öz məhsulunun satış həcmi və gəlirlərini artırmağa səbəb olur.

Tələbin qiymətə görə elastikliyi nəzərə almaqla hesablanmış qiymət firmanın öz məhsuluna müəyyən etdiyi qiymətin yuxarı həddidir.

Firmada əsaslandırılmış qiymət siyasətini həyata keçirmək üçün xərclərin səviyyəsini və strukturunu təhlil etmək, məhsul vahidinə düşən orta xərcləri qiymətləndirmək, onları plan göstəricilərlə və bazarda mövcud qiymətlərlə müqayisə etmək çox vacibdir. Əgər bazarda rəqabət aparan bir neçə firma mövcuddursa, onda xərcləri əsas rəqiblərin xərclərinə bərabərləşdirmək lazımdır. İstehsal xərcləri qiymətin aşağı həddini əmələ gətirməklə, firmanın qiymətin dəyişdirilməsi və rəqabət mübarizəsində onun imkanlarını müəyyən edir. İstehsalın iqtisadi cəhətdən səmərəli olması üçün qiymət istehsal xərclərini ödəməli və müəssisə üçün məqbul olan mənfəət səviyyəsini təmin etməlidir.

Qiymətin tələblə müəyyən olunan yuxarı həddi ilə xərclərlə müəyyən olunan aşağı hədd arasındakı interval daxilində firma istehsal etdiyi məhsula qiymət müəyyən edir. Firmanın məhsula müəyyən etdiyi qiymət bazardakı analoji və ya oxşar məhsulların qiyməti və keyfiyyətinə uyğun gəlməlidir. Rəqiblərin məhsullarını, onların qiymət kataloqlarını öyrənərək, həmin firmaların bazardakı dəyişikliklərə reaksiyalarını qiymətləndirərək və, nəhayət, istehlakçılar arasında sorğu apararaq firma bazarda öz mövqeyini düzgün müəyyən etməli və bunun əsasında məhsula qoyduğu qiymətləri dəqiqləşdirməlidir. Əgər məhsulun keyfiyyət xüsusiyyətləri rəqib məhsulları üstələyirsə, onda onun qiyməti rəqiblərə nisbətən yüksək ola bilər, əks halda, əgər məhsulun istehsal xassələri rəqib məhsullarının uyğun göstəricilərindən geri qalır, qiymət aşağı olmalıdır. Əgər firma tərəfindən təklif edilən məhsul əsas rəqiblərin məhsulları ilə eyni-

dirsə, onda onların qiymətləri də bir-birinə yaxın olur. Rə-qiblərin əmtəələri və onların qiymətləri təhlil olunarkən həm firma-nın öz məhsullarının qiymətlərində etdiyi dəyişikliklərə onların reaksiyası, həm də rəqiblərin qiymətlərdə etdiyi dəyişikliklərlə yanaşı həmin firmaların resursları və məqsədləri nəzərə alınmalıdır.

4. Firmanın qiymət strategiyası

Firmanın qiymət strategiyasının müəyyən olunması onun bazar-dakı mövqeyinə, məhsulun xüsusiyyətlərinə, qiymətin və istehsal şə-raitinin (xərclərinin) dəyişdirilməsi imkanlarına, bazardakı şəraitə, tələb və təklifin nisbətinə əsaslanır.

Firmanın qiymət siyasətinin formalaşmasına təsir göstərən bir güclü amil də dövlətin tənzimlənən qiymətlər və qiymətlər va-sitəsilə iqtisadiyyatın tənzimlənməsidir, idarə edilməsidir.

Qiymətlərin idarə edilməsi (tənzimlənməsi) və qiymətlərlə idarə-etmə (tənzimləmə) öz məzmunlarına görə fərqli anlayışlardır, müxtə-lif məqsədlər üçün düşünülmüş tapılmış, işlənib hazırlanmışdır.

Qiymətlərin idarə edilməsi – tənzimlənməsi – idarəetmə obyekt-i kimi dövlət orqanları, məhsul istehsalçıları və istehlakçıları tərəfin-dən faydalanmaq istəkləri və habelə dövlətin, firmaların, şirkətlərin və əhalinin maraqlarının qorunması məqsədilə qiymətlərin miqyası və səviyyələrinə təsir göstərməkdir. Bu subyektlərlə bərabər, qiymətlə-rin idarə edilməsi və ya tənzimlənməsi, habelə bazar mexanizminin tələb və təklifin formalaşması və onların təsir güclərilə nizamlanır, "görün-məyən əl" vasitəsilə idarə olunur, qiymətlərin bazar idarəetməsi baş verir.

Qiymətlərlə idarəetmə – tənzimləmə – ilk növbədə dövlət və habelə digər təsərrüfatçılıq subyektləri tərəfindən sosial-iqtisadi obyektlərə və proseslərə əvvəlcədən müəyyən edilmiş məqsədlərə nail olmaq üçün bilərəkdən göstərilən təsirlər sistemidir. Qiymət-lərlə tənzimlənmədə (idarəetmədə) mənfəət əldə etmək əsas prinsip kimi qəbul olunmur.

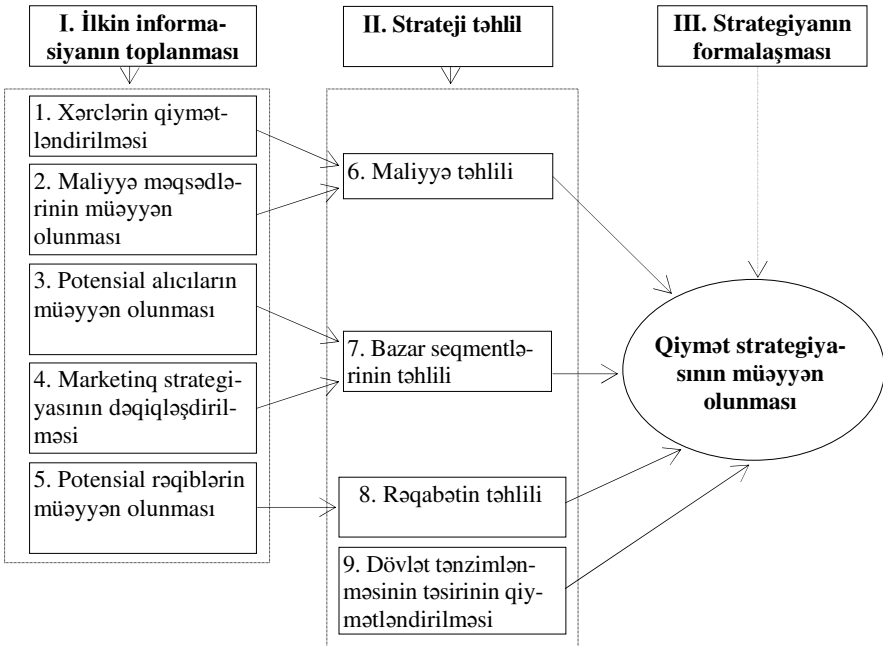
Qiymətlə idarəetmə və ya tənzimləmə, əsasən, dövlət tərəfindən həyata keçirilir və bu, həm iqtisadiyyat və həm də sosial sferada baş verən proseslərin iqtisadi nizamlayıcı funksiyasını yerinə yetirir. Müəyyən şərtlər daxilində qiymətlərin idarə edilməsi qiymətlərlə ida-rəetmə ilə üst-üstə düşə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, dövlətin firmaların qiymət siyasətinə və bazar qanunlarına müdaxiləsi məhdud olsa da, o, bir çox məhsulların qiymətlərinin əmələ gəlməsində müşahidəçi rolu oynaya bilməz və oynamır da.

Azərbaycan Respublikasında qiymətlərin tənzimlənməsi istiqamətində bir sıra qanunvericilik aktları, hüquqi-normativ sənədlər işlənmiş və tətbiqinə başlanılmışdır. Bunlara "Təbii inhisarlar haqqında", "Antiinhisar fəaliyyəti haqqında", "Qiymətləndirmə haqqında" və nəhayət, 30 may 2003-cü ildə sabiq prezident, umumi milli lider H.Əliyev tərəfindən təsdiq olunmuş "Tənzimlənən qiymətlər haqqında" qanunları göstərmək olar.

Firmalar özlərinin qiymət siyasəti və qiymət strategiyalarını işləyib hazırlayarkən həmin qanunları və digər hüquqi-normativ aktları mütləq nəzərə almalıdırlar.

Firmanın qiymət strategiyasının hazırlanması prosesi üç mərhələdən ibarət olur: informasiyanın toplanması, strateji təhlil və strategiyanın formalaşması. Bu mərhələlər 11.2 sayılı şəkildə verilmişdir.



Şəkil 19.2. Firmanın qiymət strategiyasının hazırlanma prosesi

Firmanın qiymət strategiyasının birinci mərhələsi ilkin məlumatların toplanması ilə əlaqədardır. Strategiyanın hazırlanması üçün zəruri olan hər-hansı məlumatın nəzərə alınmaması və ya bu məlumatlardakı səhv firmanın qazana biləcəyi mənfəətinin bir hissəsinin itirilməsinə gətirib çıxara bilər. İlkin informasiyanın toplanması mərhələsində məhsulun istehsalına və satışına çəkiləcək xərclər və onların strukturu qiymətləndirilir, maliyyə məqsədləri, yəni mənfəət normasının səviyyəsi dəqiqləşdirilir, potensial alıcılar və rəqiblər müəyyən olunur. Bu mərhələdə mühüm məsələlərdən biri marketing strategiyasının dəqiqləşdirilməsidir, çünki qiymət strategiyası marketing strategiyasının qarşısında duran vəzifələrin həllinə istiqamətlənir.

Strateji təhlil mərhələsində firmanın qiymət strategiyasının ilkin variantının hazırlanması məqsədilə toplanmış informasiyanın təhlili və qiymətləndirilməsi həyata keçirilir. Bu mərhələ maliyyə təhlili, bazar seqmentlərinin araşdırılması, rəqabətin səviyyəsinin öyrənilməsi və dövlət tənzimlənməsinin təsirinin qiymətləndirilməsi məsələlərini özündə birləşdirir.

Maliyyə təhlili əsasında qiymətin mümkün variantları, məhsulun istehsalı və reallaşdırılması xərcləri, firmanın rəqabət üstünlüklərinə malik olduğu və müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərə biləcəyi, həmçinin daha yüksək mənfəət götürəcəyi bazar seqmentləri, məhsulun satış həcmnin artım tempi və s. müəyyən olunur.

Bazar seqmentlərinin təhlilinin məqsədi firmanın fəaliyyətinin bazar şərtlərinin dəqiqləşdirilməsindən ibarətdir. Bu zaman alıcıların qiymət səviyyəsinə həssaslığına, alıcıların tələblərinin ödənilməsi üçün çəkilən xərclərin səviyyəsinə görə bazar seqmentləri müəyyən edilir və bu seqmentlər üzrə həyata keçirilməli olan tədbirlər müəyyənəndirilir.

Rəqabətin təhlilində məqsəd müəssisənin qiymət dəyişikliklərinə rəqiblərin mümkün münasibətlərinin qiymətləndirilməsi və bu zaman onların həyata keçirəcəyi tədbirləri proqnozlaşdırmaqdır; rəqiblərin həyata keçirəcəyi tədbirlərin firmanın mənfəət normasına təsir gücü, daha doğrusu, miqyası müəyyən olunmalıdır.

Dövlət tənzimlənməsinin qiymətləndirilməsində məqsəd firmanın qiymət strategiyalarının həyata keçirilməsinə dövlət orqanlarının atacağı addımların, görəcəyi tədbirlərin təsirini müəyyən etməkdir.

Yuxarıda qeyd edilən məsələlər həll edildikdən sonra firmada qiymət strategiyasının layihəsi hazırlanır. Bu zaman müəssisənin özünün və digərlərinin qiymət strategiyasının reallaşdırılması zamanı toplanmış təcrübədən də istifadə olunur. Qiymət strategiyasının hazırlanmış layihəsi firmanın rəhbərliyi tərəfindən təsdiq olunduqdan sonra onun icrası başlanır.

Firmalar bazardakı mövqelərinə və məhsulların (həm də bazarların) xüsusiyyətlərinə görə iki qrupa bölünürlər:

a) **bazarda qiymətləri formalaşdıran firmalar.** Bunlar öz məhsullarına rəqiblərindən fərqli olaraq qiymət müəyyən edə bilən bazar imkanlarına malik firmalardır. Belə şərait inhisarçı rəqabət və oligopolik bazarlarda mümkündür.

b) **bazar qiymətlərinə əsaslanan firmalar.** Belə müəssisələr özlərinin müstəqil qiymət siyasətini həyata keçirmək üçün kifayət qədər bazar imkanlarına malik olmur və öz məhsullarını bazarda formalaşan qiymətlərə satırlar. Belə hal xalis rəqabətli və lider-müəssisənin mövcud olduğu bazarlarda mümkündür.

Beləliklə, firma «qiymət liderinin» və ya istehsalçıların əsas kütləsinin arxasınca gedərək passiv qiymət strategiyasını, ya da öz maraqlarını bilavasitə nəzərə alan aktiv qiymət strategiyasını seçə bilər. Qeyd edilənlərlə yanaşı, firmanın qiymət strategiyasına məhsulun yeni, bazarın yeni tələblərinə uyğunlaşdırılmış və ya ənənəvi məhsul olması ciddi şəkildə təsir göstərir.

Yeni məhsul buraxılışı zamanı firma adətən aşağıdakı qiymət strategiyalarından birini seçir.

Yeni məhsulu bazara çıxaran firma "qaymağın yığılması" strategiyasını seçməklə ona maksimum mümkün olan qiymət müəyyən edir. İlk dövrlərdə həmin yeni məhsulu bazarın bəzi seqmentləri qəbul edir. Belə məhsulların satışının həcmi azaldıqca və onlara təklifi artdıqca bu məhsulların qiyməti azaldılır. Bu vəziyyət, aşağı qiymətə məhsulu almağa hazır olan alıcıların hesabına satış həcmi artırmağa imkan yaradır.

Bu cür qiymət strategiyası bir sıra üstünlüklərə malikdir:

– məhsula kifayət qədər böyük sayda alıcılar tərəfindən yüksək və artan həcmdə tələb formalaşır;

– yüksək qiymətin azaldılması hesabına qiymətdə təshihlər aparılması müəssisə üçün itkilərlə nəticələnmir və bu sahədə buraxıl-

mış səhv asanlıqla düzəldilir, çünki alıcılar qiymətin aşağı salınmasına onun yüksəldilməsinə nisbətən daha həssas olurlar;

- yeni məhsula yüksək qiymət təyin edilməsi nəticəsində, onun istehsalının mənimlənməsi ilə əlaqədar yaranan əlavə xərclərin hesabına mənfəətin azalmasının qarşısı alınır;

- qiymətin artırılması ona olan tələbin məhdudlaşdırılması ilə nəticələnir, çünki firma ilk dövrlərdə öz istehsal imkanlarının məhdudluğu ilə əlaqədar, aşağı qiymətə uyğun bazar tələbinin həcmi tam ödəyə bilmir;

- ilkin yüksək qiymət istehlakçıda məhsulun keyfiyyətli olması haqqında müsbət rəylər yaradır və qiymət aşağı salınanda isə məhsulun reallaşdırılması asanlaşır;

- nüfuzlu məhsullar üçün qiymətin artırılması tələbin artmasına səbəb olur.

Haqqında bəhs olunan qiymət strategiyasının əsas çatışmazlığı ondan ibarətdir ki, yüksək qiymət analoji məhsulların potensial istehsalçıları bu sahəyə cəlb edir.

Bazara daxilolma strategiyasında maksimum sayda alıcıları cəlb etmək üçün firma rəqiblərin analoji məhsullarının qiymətlərinə nisbətən öz məhsullarına aşağı qiymət təyin edir. Bu ona maksimum sayda alıcı cəlb etməyə və bazarı tutmağa imkan verir. Lakin bu strategiya o halda tətbiq olunur ki, qiymətin aşağı salınması və satışın həcmi artırılması hesabına mənfəətin ümumi kütləsi artsın. Bazara daxilolma strategiyası məhsula olan tələb qiymətə görə elastik olduqda və habelə istehsalın həcmi artması məhsul vahidinə düşən xərclərin azalmasını təmin etdiyi təqdirdə səmərə verir.

Sahədə və bazarda liderin arxasınca getmə strategiyası məhsula qiymətin, adətən, sahənin əsas firması və bazarda hakim mövqeyə malik rəqib firmanın qiymətlərinə uyğun müəyyən olunmasını nəzərdə tutur.

Qiymətəmələgəlmənin neytral strategiyası yeni məhsulun qiymətinin onun istehsalı və reallaşdırılmasına çəkilən faktiki xərclər bazarda və ya sahədə formalaşmış orta mənfəət norması əsasında müəyyən olunmasına əsaslanır.

Yuxarıda qeyd edilən strategiyalardan hər hansı birinin firmanın rəhbərliyi tərəfindən seçilməsi bir sıra amillərdən asılıdır və bunlar aşağıdakılardır:

- yeni məhsulun bazara çatdırılması sürətindən;
- firmanın bazarda malik olduğu paydan;
- reallaşdırılan məhsulun xarakterindən (yenilik səviyyəsindən, başqa məhsullarla qarşılıqlı əvəz oluna bilməsindən və s.);
- kapital qoyuluşlarının səmərəliliyindən;
- bazardakı mövcud şəraitdən (inhisarlaşma səviyyəsindən, tələbin qiymət elastikliyindən, istehlakçıların sayından);
- müəssisənin sahədəki mövqeyindən (maliyyə vəziyyətindən, digər istehsalçılarla əlaqəsindən və s.).

Bazarda nisbətən uzun müddət reallaşdırılan məhsullar üzrə qiymət strategiyası, həmçinin, müxtəlif qiymət növlərinə də istiqamətlənə bilər.

Dəyişkən qiymət strategiyası qiymətin tələb və təklifin nisbətindən birbaşa asılı olaraq müəyyən olunmasını və bazarın məhsulla təmin edilmə səviyyəsi artdıqca qiymətin tədricən aşağı salınmasını nəzərdə tutur. Bu halda qiymət və məhsul buraxılışı həcmi bir-birlərinə qarşılıqlı təsir göstərilir: istehsalın həcmi artdıqca, müəssisənin öz istehsal xərclərini və son nəticədə isə qiyməti aşağı salmaq imkanı artır. Qiymətdəyişmənin bu strategiyasında bazarda yeni rəqiblərin yaranmasına mane olmaq, məhsulun keyfiyyətinin artırılmasına çalışmaq, istehsal xərclərini aşağı salmaq həlledici şərtlərdir.

Uzunmüddətli qiymətlər kütləvi tələbə malik məhsullara şamil olunur. Belə qiymətlər, bir qayda olaraq, nisbətən uzun müddət fəaliyyət göstərir və dəyişikliklərə az meyilli olurlar.

Bazarın istehlak seqmentinin qiymətləri gəlirlərinin səviyyəsi bərabər olmayan əhalinin müxtəlif sosial qruplarına satılan məhsul və xidmət növləri üçün müəyyən olunur. Bu cür qiymətlər, məsələn, minik avtomobillərinin müxtəlif modifikasiyalarına, təyyarə biletlərinə və s. tətbiq oluna bilər.

Çevik qiymət strategiyası bazarda tələb və təklifin nisbətində baş verən dəyişikliklərə reaksiya verən qiymətlərə əsaslanır. Xüsusilə, tələb və təklifdə güclü dəyişiklik baş verirsə (məsələn, bəzi ərzaq məhsullarının – təzə balıq, gül və s. satışında), bu qiymət növünün tətbiqi özünü doğruldur.

Əsas qiymətlər strategiyası bazarda yetərinə mövqə tutan və buraxılışın həcmi artırmaq hesabına məhsul vahidinə istehsal və real-

laşdırma xərclərini əhəmiyyətli şəkildə azaltmaq imkanı verən məhsullar üzrə aşağı qiymətlərin müəyyən edilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman istehsal firmasının əsas vəzifəsi yeni rəqiblərin bazara daxil olmasını çətinləşdirməkdir.

İstehsaldan çıxarılmış məhsullara qiymətin müəyyən olunması strategiyası onların ucuz qiymətə satışı deyil, bu məhsullara ehtiyacı olan istehsalçılara satılmasını nəzərdə tutur. Bu halda ənənəvi məhsulların (məsələn, istehsaldan çıxmışlar da daxil olmaqla, müxtəlif minik və yük maşınlarının) ehtiyat hissələrinin qiyməti nisbətən yüksək olur.

Xarici ticarət dövriyyəsində qiymətlərin müəyyən edilməsinin müəyyən xüsusiyyətləri vardır. Belə qiymətlər, adətən, dünyanın əsas əmtəə bazarlarının qiymətləri əsasında hesablanır və tətbiq olunur.

5. Firmada qiymətoyma metodları

Məhsula müəyyən edilmiş qiymət onun istehsalı və satışı ilə əlaqədar xərcləri geri qaytarmalı, ödəməli və müəyyən mənfəət normasını təmin etməlidir.

Firmada məhsula qiymətin qoyulmasının üç üsulundan istifadə olunur. Bunlara: a) məhsulun istehsalı və reallaşdırılmasına sərf olunan xərclərə əsaslanaraq qiymətin müəyyən olunması, b) tələbə (bazar imkanlarına) əsaslanaraq qiymətin müəyyən edilməsi və c) rəqib məhsullarının qiymətini nəzərə alaraq qiymətin müəyyən edilməsi üsulları aiddirlər.

Firmada istehsal xərclərinə görə qoyulan qiymət onun minimum səviyyəsini, tələbə görə qoyulan qiymət onun maksimum səviyyəsini, rəqiblərin öz məhsullarına qoyduqları qiymətlərin və digər bazar amillərinin nəzərə alınması ilə müəyyən olunan qiymət isə qiymətin optimal səviyyəsini müəyyən edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, xərclər metodu üzrə qiymət modelində qiymətin müəyyən edilməsinin çıxış nöqtəsi firmanın məhsulun istehsalı və satışı ilə əlaqədar olan xərclərin faktiki həcmidir. Başqa sözlə, bu, məhsulun tam və ya kommersiya maya dəyəridir. Məhsul qiymətinin hesablanmasının xərclər metodunda onun (məhsulun) kommersiya maya dəyərinin üzərinə firmanın mənfəəti əlavə olunur.

Təsərrüfatçılıq praktikasında xərclər metodu ilə qiymətin hesablanması 2 üsulundan istifadə edilir. Bunlardan biri məhsulun istehsalçısı, digərindən isə məhsulun satıcıları istifadə edirlər.

Məhsulun istehsalçıları xərclər metodu ilə qiyməti hesablayarkən rentabellik normasından istifadə edirlər:

$$Q = M_d(1+R); \quad R = \frac{M}{M_d}$$

Burada Q – məhsulun qiyməti;

M_d – məhsulun tam maya dəyəri;

R – məhsulun rentabelliği;

M – mənfəətin kütləsi

Gətirilən düsturlardan görüldüyü kimi məhsulun rentabellik norması firmanın mənfəətinin məhsulun tam maya dəyərinə nisbəti kimi hesablanır.

Məhsulun realizə edilməsi, bilavasitə istehlakçıya çatdırılması bir neçə mərhələdən keçir və əmtənin bu cür hərəkətini icra edən distribyuter (bölüşdürmə) strukturlarıdır. Əmtənin bir mərhələdən digərinə ötürülməsi müəyyən xərclərlə əlaqədar olduğundan onun qiymətinin yenidən hesablanması zərurəti yaranır. Belə qiymətin hesablanması aşağıdakı düsturun köməyiylə aparılır:

$$Q = \frac{Q_a}{1 - T_g}$$

Burada Q_a – distribyuter kompaniyasının məhsulun alışı qiyməti;

T_g – ticarət güzəştidir.

Məhsulu satan ticarət firması isə əldə etdiyi alışı qiymətinin üzərinə «ticarət əlavəsi» gəlməklə məhsulun satış qiymətini müəyyən edir. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edilir.

$$Q = Q_a (1 + T_a)$$

Burada, T_a – ticarət əlavəsidir; bu, alıcının gəlirinin məbləğinin əmtənin alışı qiymətinə nisbəti kimi hesablanır.

Müəssisədə qiymətin müəyyən edilməsinin ən sadə metodu, artıq qeyd edildiyi kimi, «orta xərclər üstəgəl mənfəət» metodudur ki, həmin metod məhsulun maya dəyərinin üzərinə mənfəətin əla-

və edilməsi prinsipinə əsaslanır. Mənfəətin məbləği hər bir məhsul növü üçün standart, məhsulun növündən, məhsul vahidinin dəyərindən, satışın həcmindən və s.-dən asılı olaraq fərqli də ola bilər.

Maya dəyərinə əlavə edilən mənfəətin məbləği iki üsulla – maya dəyərinə görə faizlə və satış qiymətinə görə faizlə – müəyyən olunur.

Məsələn, ticarət firması məhsulu 10000 manata alırsa və onun üzərinə 1000 manat məbləğində mənfəət əlavə etmək istəyirsə, onda edilmiş əlavə, ilkin qiymətə görə, 10 faiz $[(1000 : 10000) \times 100]$ təşkil edəcəkdir. Əgər əlavənin faizi satış qiymətinə görə hesablanırsa, onda bu 9,1 faiz $[(1000 : 11000) \times 100]$ olacaqdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisələr arasında qiymətə görə ticarət əlavəsinin müəyyən edilməsi daha geniş yayılmışdır. Çünki bu, müəssisənin satılan məhsulun qiymətinə nəzarət etməsinə və müxtəlif ticarət təşkilatlarının yerləşmə məkanından asılı olmayaraq qiymətlərin bərabər olmasına imkan verir.

İstehsalçı müəssisə öz məhsuluna qiymət müəyyən edərkən hansı metoddan istifadə edəcəyinə onun özü qərar verir. Əlavənin məbləğinin standart olması, hər bir konkret şəraitdə istehlakçıların tələbi və rəqabətin xüsusiyyətlərini nəzərə almağa imkan vermir və nəticədə optimal qiymətin müəyyən olunması işi çətinləşir. Buna baxmayaraq maya dəyərinə mənfəətin əlavə edilməsinə əsaslanan metod bir sıra səbəblərdən geniş yayılmışdır.

– satıcı tələbə nisbətən, xərclər haqqında daha çox informasiyaya malik olur və bu səbəbdən də o, qiyməti xərclərə əsasən müəyyən edərkən özü üçün qiymətqoyma işini xeyli sadələşdirir. Bununla da satıcı tələbin dəyişməsindən asılı olaraq, qiyməti tez-tez dəyişmək məcburiyyətində qalmır.

– bu metod qiymət rəqabətini azaldır, çünki bütün müəssisə və firmalar qiyməti eyni prinsip üzrə hesabladıqlarından onların qiyməti də bir-birinə yaxın olur.

– həm satıcılara və həm də alıcılara münasibətdə ədalətli metod hesab edilir. Çünki istehsalçı tələbin yüksək səviyyəsində istehlakçıların hesabına əlavə gəlir əldə etməyə cəhd göstərmir və bütün dövrlərdə mənfəətin ədalətli normasına nail olmağa çalışır.

Xərclərə əsaslanan qiymətqoymanın digər metodu məqsəduyğun mənfəətin əldə edilməsinə əsaslanır (zərərsizlik metodu). Bu metodla

məhsula qiymətin müəyyən edilməsində əsas məqsəd nəzərdə tutulmuş mənfəətin əldə olunmasıdır. Bu zaman müxtəlif qiymətlərdə alınan mənfəətin həcmnin müqayisəsi əsasında müəssisə öz məhsuluna planlaşdırılmış mənfəət normasını təmin edən qiyməti müəyyən edir.

Bu halda müəssisə tərəfindən qiymət, mənfəətin arzu edilən həcmi nəzərə alınaraq müəyyən olunur. Lakin, müəssisə qiymətin müxtəlif variantlarını təhlil etməli, bunların nəzərdə tutulmuş mənfəət və istehsalın zərərsizlik səviyyəsi üçün zəruri olan satış həcminə təsirini öyrənməli, tələbin qiymətə görə elastiklik əmsalı qiymətləndirilməlidir.

Firmada tələbin və rəqiblərin qiymətlərinin nəzərə alınaraq məhsula qiymətin müəyyən olunması metodlarına aşağıdakılar aiddirlər.

Məhsulun "hiss edilən faydalılığı" əsasında qiymətin müəyyən olunması qiymətqoymanın ən optimal metodlarından biridir. Bu metoda əsaslanaraq qiymətin müəyyən olunması zamanı xərclərin nəzərə alınmasına nisbətən, məhsulun alıcını nə dərəcədə qane etməsi ön plana çıxır. İstehlakçının şüurunda reallaşdırılan məhsulun faydası haqqında fikir yaratmaq üçün qiymətə əsaslanmayan təsir üsullarından istifadə edilir. Bunlara satışdan qabaq, satış zamanı və satışdan sonra müxtəlif xidmətlərin göstərilməsi, alıcılara xüsusi təminatların verilməsi və s. aiddir.

Cari qiymətlər səviyyəsində qiymətin müəyyən olunması metodu həmcins məhsulların satış bazarlarında tətbiq edilir. Yüksək rəqabət səviyyəsi olan bazarda həmcins məhsullar satan firmanın qiymətə təsir etmək imkanları məhdud olur. Həmcins məhsullar (məsələn, polad, neft, alüminium və s.) bazarında məhsullara qiyməti bazarın özü müəyyən edir və belə halda firma mənfəətini və satış həcmi artırmaq üçün istehsal xərclərinə qənaət işində daha çox fəallıq göstərməli olur.

Oliqopolistik (azlıq təşkil edən, çox olmayan) bazarda firmalar bir-birlərinin qiymətlərindən xəbərdar olduqlarından məhsullarını eyni qiymətə satmağa çalışırlar. Çünki yalnız bu yolla sahə çərçivəsində tarazlığı təmin etmək və normal mənfəət əldə etmək mümkün olur. Daha kiçik müəssisələr isə qiyməti tələbin dəyişməsindən və ya istehsal xərclərinin səviyyəsindən asılı olmayaraq, bazardakı liderin qiymətinə uyğun müəyyən edirlər.

Qeyd edilən metodların hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri, üstünlükləri və məhdudiyyətləri vardır ki, qiymətləri müəyyən edərkən bütün bunları nəzərə almaq lazım gəlir.

Beləliklə, firma istehsal etdiyi məhsula tələbi müəyyən edərək, təklif qiymətini hesablayaraq, həmçinin rəqiblərin qiymətini nəzərə alaraq öz məhsuluna son qiyməti müəyyən edir. Bu qiymətin aşağı həddini məhsulun maya dəyəri, yuxarı həddini məhsulun unikal xassələri, orta səviyyəsini isə müəssisənin rəqiblərinin və onun məhsulunun əvəzedicilərinin qiyməti müəyyən edir.

Firma adətən müxtəlif bazar şəraitindən asılı olaraq məhsulun qiymətləri sistemini hazırlayır. Bu qiymətlər sistemi məhsulun keyfiyyət xarakteristikasını, modifikasiyasını və çeşid fərqlərini, həmçinin çəkilən xərclərin səviyyəsini və coğrafi baxımdan tələbin səviyyəsindəki fərqləri, bazarın ayrı-ayrı segmentlərində tələbin intensivliyini və s. kimi – məhsulun satışı ilə əlaqədar – xarici amilləri nəzərə alır. Qeyd olunan amilləri nəzərə alaraq qiymətlərin müəyyən olunması zamanı güzəşt və əlavələr sistemindən, qiymət diskriminasiyasından, təklif edilən məhsulun çeşidi üzrə qiymətin pilləli aşağı salınmasından və s. istifadə edirlər.

Məhsulun qiymətində güzəştlər sisteminin tətbiqi alıcının hərkətlərinin stimullaşdırılması ilə əlaqədardır. Bu güzəştlər sisteminə aşağıdakılar aiddir:

- məhsulun satış haqqının nağd pulla, avansla və ya əvvəlcədən, müəyyən dövrə qədər, ödənilməsini stimullaşdıran güzəştlər;
- istehsalçı müəssisənin satış şəbəkəsinə daxil olmasını, məhsulların saxlanması, uçotunu və reallaşdırılmasını təmin edən təsərrüfat subyektlərinə verilən güzəştlər;
- məhsula əsas tələbin aşağı düşdüyü vaxtlarda satışın stimullaşdırılması üçün istehsalçı firmanın tərəfindən verilən mövsümqabağı və mövsümdənsönürəki güzəştlər və s.

Satışın stimullaşdırılması üçün qiymətlərin müəyyən edilməsi firmanın qarşısında duran məqsədlərdən, məhsulun xüsusiyyətlərindən və digər amillərdən asılıdır. Məsələn, hər hansı bir tədbir həyata keçirilərkən xüsusi qiymətlər müəyyən oluna bilər. Belə ki, mövsüm zamanı istehlak məhsullarına qiymətlər aşağı səviyyədə, sərgilərdə isə qiymətlər yüksək səviyyədə müəyyən oluna bilər, məhsulu kreditə satarkən xüsusi faiz dərəcələri tətbiq edilə bilər və s.

Firmada məhsulun qiymətlərinin müəyyən olunması zamanı coğrafi fərqlərin nəzərə alınması məhsulun nəqli xərcləri, tələb və təklifin regional xüsusiyyətləri, əhalinin gəlirlərinin səviyyəsi və s. amillərlə əlaqədardır.

Qiymət diskriminasiyası müəssisənin eyni məhsula və ya xidmətə iki və daha çox qiymətlərin müəyyən olunmasına əsaslanır. Bu, bazar segmentindən, məhsulun və onun tətbiqi formasından, firmanın imicindən, satış vaxtından və s. asılı olaraq müxtəlif formalarda özünü göstərir.

Məhsulun təklif edilən çeşidləri üzrə qiymətlərinin pilləli aşağı salınması məhsulun seriyalarla istehsalı zamanı istifadə olunur. Firma məhsulun hər bir modifikasiyasında hansı qiymət pilləsinin tətbiq olunacağı zəruriliyini özü müəyyən edir.

Müəssisənin qiymət siyasətinin tərkib hissəsi kimi, qiymətqoyma metodlarından biri də "psixoloji qiymətlər" in müəyyən edilməsi və tətbiq olunmasıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bir çox hallarda istehsalçı və istehlakçılar arasında məhsulların qiyməti və keyfiyyətilə qarşılıqlı əlaqə və asılılıq olmaları təsəvvürü yaranır, "keyfiyyəti yüksək olan məhsulun qiyməti də yüksək olmalıdır" fikri formalaşır, nəticədə məhsulların keyfiyyəti onların qiymətləri ilə müqayisə olunur və s. Bu mülahizələrin əsasında, əlbəttə, məhsulun istehsalına çəkilən xərclərin çoxluğu dayanır – məhsulun yüksək keyfiyyət parametrlərinə nail olmaq üçün daha çox xərc çəkilməlidir. Belə bir mülahizə həmişə özünü doğrultmur. Xüsusilə, bu o vaxt baş verir ki, "yüksək keyfiyyətli və yüksək qiymətli məhsulun" satışı gərgin rəqabət mühitinə düşür və bu halda qiymətlə keyfiyyətin əlaqələndirilməsi mümkün olmur.

Praktikada bəzən alıcıları məhsulun satışına şirnikləndirmək, onların bu əqdə "təhrik" olunması məqsədilə "psixoloji qiymətlər" dən istifadə edilir. Bu məqsədlə yuvarlaq rəqəmli qiymətlə müqayisədə "xırdalanmış" qiymətə üstünlük verilir. Empirik araşdırmalar göstərmişdir ki, alıcının xırdalanmış qiyməti qəbul etmək psixologiyası yuvarlaq rəqəmli qiyməti qəbul etmək psixologiyasından güclü olur. Məsələn, eyni keyfiyyət parametrlərinə malik olan eyni təyinatlı məhsulun 5000 manatlıq məhsulla müqayisədə qiyməti 4999 manat olan məhsulun satılma tezliyi sürətlənir. Alıcı həmin iki qiymət

mətdən birini bütünlükdə deyil, birinci rəqəminə görə seçməyə – psixoloji baxımdan – daha çox üstünlük verir.

Sonda bir məsələnin də vurğulanması çox vacibdir. Bu, qiymət sistemidir. Qiymət sistemi vahid, qaydaya salınmış müxtəlif qiymətlərin məcmusu olub, milli və beynəlxalq təsərrüfatçılıq praktikasında tərəflər arasındakı iqtisadi münasibətlərə xidmət edir və onları nizamlayır. Həmin qiymət sistemi haqqındakı mövcud olan elmi müddəalar və mülahizələr dərsləyin son fəslində təfəsilatı ilə açıqlanacaqdır.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Məhsulun qiymətini müəyyən edən əsas amillər hansılardır?
2. Qiymətin əmələgəlmə qanunauyğunluqlarını şərh edə bilərsinizmi?
3. Xalis rəqabət və xalis inhisar, inhisarçı rəqabət və oliopoliya haqqında nə kimi məlumatlarınız var?
4. Qiymətin funksiyaları və növləri haqqında nələri bilirsiniz?
5. Sərbəst və tənzimlənən qiymətlər haqqında nələri bilirsiniz?
6. Qiymət siyasətinin işlənilməsi üçün hazırlanma ardıcılığını şərh edə bilərsinizmi?
7. Qiymət strategiyasının hazırlanması mərhələləri haqqında hansı biliklərə maliksiniz?
8. Firmada qiymətgöymanın hansı metodlarından istifadə olunur?
9. Qiymətin növlərini sadalayın və onların xarakteristikasını verin.
10. «Psixoloji» qiymət haqqında nə bilirsiniz?

Fəsil 20. Firmanın təsərrüfat-kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi

1. İstehsalın iqtisadi və sosial səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodikası
2. İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin ümumi və müqayisəli göstəriciləri
3. Kommersiya fəaliyyətinin və istehsal amillərinin səmərəliliyi
4. İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinə təsir edən amillər

1. İstehsalın iqtisadi və sosial səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodikası

Hər bir cəmiyyətdə iqtisadi inkişafın əsasında – digər təsərrüfat tədbirləri ilə yanaşı – ictimai istehsalın səmərəliliyinin artırılması dayanır.

Məlumdur ki, ictimai istehsalın məqsədi cəmiyyət üzvlərinin və habelə bütünlükdə cəmiyyətin özünün gələcək sosial-iqtisadi inkişafı üçün ehtiyaclarını müxtəlif əmək məhsulları və xidmətlərlə təmin etməkdir. Bu məqsədə çatmaq üçün, ilk növbədə, cəmiyyətin malik olduğu milli sərvətdən, iqtisadi potensialdan tam istifadə olunmalı, ictimai istehsalın iqtisadi səmərəliliyi yüksəldilməlidir. Yaradılan məhsul hesabına tələbatların ödənilmə səviyyəsini ifadə edən iqtisadi artım və səmərəlilik, əgər bir tərəfdən əhalinin həyat səviyyəsini yüksəldirsə, digər tərəfdən bu, əməyin məzmunu və şəraitindən bilavasitə asılı olur. Bu məsələ də ictimai istehsalın bazisində dayanan texniki vasitələr və texnologiyanın özü müstəsna rol oynayır və çox ciddi əhəmiyyət kəsb edirlər.

Qeyd etmək lazımdır ki, texnologiya istehsal amillərinin – istehsal heyətinin peşə-ixtisas tərkibi, əmək cisimlərinin fiziki və kimyəvi xassələri, əmək vasitələrinin texniki parametrləri nəzərə alınmaqla–müəy-

yən müddət üçün yaradılmış kombinasiyası olub, özünün inkişafı və onların qarşılıqlı təsiri ilə nəzərdə tutulan həcmidə məhsulun istehsalını və həmin amillərdən səmərəli istifadənin təmin edir. Bunun üçün həlledici şərt, vaxtaşırı olaraq, daha mükəmməl texnoloji istehsal üsulunun işlənilib hazırlanması və onun iqtisadiyyatlaşdırılmasıdır.

Səmərəlilik tətbiq edilən texnologiya ilə birbaşa əlaqədar olsada bu, ilk növbədə, istehsal amillərinin imkanları nəzərə alınmadan yüksəldilə bilməz. Elə buna görə də iqtisadi ədəbiyyatda – dialektik vəhdətdə olan – iki növ səmərəliliyi biri-birindən fərqləndirirlər. Bunlardan biri texnoloji digəri isə iqtisadi səmərəlilikdir.

Texnoloji səmərəlilik texnoloji istehsal üsullarından eləsidir ki, o, istehsal amillərindən, heç olmazsa, birinə qənaət etməklə, onun vəsaitəsilə, istehsalın nəzərdə tutulmuş həcminə nail olmaq mümkün olsun. Texniki irəliləmələr iqtisadi inkişafa və sosial tərəqqiyə müsbət planda nə qədər güclü təsir göstərsə, istehsal firmasının fəaliyyəti sosial baxımdan bir o qədər səmərəli olur.

Artıq qeyd edildiyi kimi, səmərəliliyin ikinci növü iqtisadi səmərəlilikdir.

İqtisadi səmərəlilik texnoloji istehsal üsullarından özünün faydalılığına görə eləsinin tətbiqidir ki, o, istehsala cəlb edilmiş amillərin dəyərləri istehsalın planlaşdırılmış həmi üçün optimal olsun. Başqa sözlə, səmərəli texnoloji istehsal üsulu həm də o zaman iqtisadi cəhətdən səmərəli hesab edilir ki, istehsalın nəzərdə tutulmuş həcminə nail olmaq səfərbər edilmiş istehsal amillərinin alternativ dəyərləri minimum səviyyədə olsun.

Göründüyü kimi, texnoloji səmərəliliklə iqtisadi səmərəlilik arasında səbəb-nəticə əlaqələri mövcuddur. Deməli, iqtisadiyyatın bütün səviyyələrində (makro, mikro və s.) onların texnoloji əsasları nəqədər mükəmməl və mütərəqqi olarsa istehsalın iqtisadi və sosial səmərəsi də bir o qədər çox olar.

İctimai istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsinə yönəldilmiş tədbirlərin həyata keçirilməsi sayəsində iqtisadiyyatın müxtəlif sahələri və ya ayrılıqda hər bir firma və müəssisədə mütləq ölçüdə alınan iqtisadi nəticə səmərəlidir. Buna görə də, səmərə yalnız iqtisadi məzmun kəsb edə bilər, çünki istehsalın texniki-təşkilati baxımdan təkmilləşdirilməsi əsasında məhsul buraxılışının artırılması,

onun maya dəyərinin aşağı salınması, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi kimi iqtisadi göstəricilərin yaxşılaşması, nəticə etibarilə, məhz iqtisadi səmərənin artmasına səbəb olur; **səmərə müxtariyyət şəkilində sosial mahiyyət daşıya bilməz, belə ki, istehsalın təkmilləşdirilməsi ilə eyni zamanda əmək şəraiti yaxşılaşsa da, işçilərin sosial-mədəni və ixtisas səviyyəsi yüksəlsə də, bunlar kəmiyyətə ölçüyə gəlmir.**

Hər hansı təşkilati-texniki tədbirin həyata keçirilməsinin iqtisadi səmərəliliyi müəyyən vaxt vahidi ərzində (məsələn rüb, il) alınan iqtisadi səmərənin onun istehsalı ilə məşğul olan canlı və maddiləşmiş əməyin kəmiyyətinə nisbəti kimi müəyyən olunur.

Başqa sözlə, səmərəlilik nisbi göstəricidir; burada səmərə – onun yaranmasına səbəb olan xərclərlə müqayisə olunur. Səmərə olmayanda səmərəlilikdən söhbət gedə bilməz.

Ölkə iqtisadiyyatının bazar münasibətlərinə keçidi iqtisadi səmərəliliyə də yeni yanaşmanı, onun hesablanmasının yeni qayda və metodlarının tətbiqini tələb edir. Belə ki, bazar mexanizmi cəmiyyətin sərəncamında olan məhdud istehsal resurslarının elə bölüşdürülməsini tələb edir ki, tələbatların maksimum ödənilməsinə təmin etmək mümkün olsun. Məhdud istehsal resurslarının səmərəli istifadəsi iki şərtin yerinə yetirilməsini – resursların düzgün bölgüsü və onlardan qənaətlə istifadə olunmaqla istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsini tələb edir.

Bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadi sistemdə qiymət mexanizmi resursların firma, müəssisə və sahələr arasında elə bölgüsünə nail olmağa imkan verir ki, cəmiyyət (istehlakçılar) üçün ən zəruri məhsullar əldə olunur, rəqabətin güclənməsi isə iqtisadi səmərəliliyin yüksəldilməsinin əsas amili olur və tələbata uyğun məhsulların ən ucuz başa gələn üsulla istehsal olunmasını ön plana çəkir.

İqtisadiyyatda dövlətin rolu və müəssisələrin fəaliyyəti ilə əlaqədar iqtisadi səmərəliliyin müəyyən olunması və onun iqtisadi mahiyyətinin öyrənilməsi çox vacibdir. Ümumiyyətlə, iqtisadi səmərəliliyin düzgün hesablanması qərarların əsaslandırılması, firma və müəssisənin iqtisadi inkişaf və sosial tərəqqi meyillərinin müəyyən olunmasında həlledici əhəmiyyət kəsb edir.

İctimai istehsalın iqtisadi səmərəliliyini düzgün qiymətləndirmək üçün onun meyarı və göstəriciləri elmi-nəzəri və metodoloji baxımdan dəqiq əsaslandırılmalıdır. Çünki hər hansı bir sosial-iqtisadi prosesin kəmiyyət və keyfiyyət cəhətlərini özündə tam və dəqiqliklə əks etdirən meyar və göstərici (və ya göstəricilər) olmadan həmin prosesin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsi qeyri-mümkündür.

İctimai istehsalın səmərəlilik meyarı və ümumiləşdirici (meyar) göstəricisi arasında prinsiplial fərqlər olsa da, onlar vəhdətdədirlər.

Səmərəlilik meyarı – istehsal fəaliyyətinin son nəticəsidir, son nəticə isə – məhsul istehsalına çəkilməmiş xərclərin gətirdiyi səmərədir. Səmərə öz-özlüyündə ictimai istehsalın səmərəliliyi haqqında təsəvvür yarada bilmir, çünki mütləq rəqəmdir, onu yaradan xərclərlə əlaqəsizdir. Səmərədən səmərəliliyə, meyardan göstəriciyə keçmək üçün səmərə ilə xərclər mütləq müqayisə edilməlidir.

Səmərəlilik göstəricisi – səmərə ilə xərclərin kəmiyyət nisbəti, ictimai istehsalın səmərəliliyinin keyfiyyət səciyyəsidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, əgər istehsalın iqtisadi səmərəliliyi bir tərəfdən istehsal resurslarından səmərəli istifadənin intensivləşdirilməsini nəzərdə tutursa, digər tərəfdən çəkilən xərclərin – onların mütəmadi aşağı salınması məqsədilə – tam uçotunu tələb edir; istehsalın səmərəliliyinin obyektiv qiymətləndirilməsi, başqa sözlə, təsərrüfat tədbirinin verdiyi səmərə ilə onun həyata keçirilməsinə çəkilən xərclərin nisbətini düzgün müəyyən edilməsi, nəticə etibarilə, təkrar istehsal prosesinin idarə olunmasına təminat verir.

Bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadi sistem xüsusi mənafehlərə əsaslanır. Bu baxımdan, ayrı-ayrı sosial qrupların və qurumların mənafehləri bir-birindən, bu mənafehlər isə çox vaxt ictimai mənafehdən fərqlənir. Ona görə də iqtisadi qərarların hazırlanması və qəbulu zamanı dövlətin əsaslandığı meyar müəssisənin rəhbərliyinin əsaslandığı meyardan fərqlənir. Belə ki, hökumətin fəaliyyətinin əsas məqsədi əhalinin maddi rifahını yüksəltməkdir. O, ölkədə iqtisadi sistemin inkişafının və iqtisadi artıma nail olmağın əsas təminatçısıdır. Bu baxımdan, makroiqtisadi səviyyədə ictimai istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin meyarı ümumi milli gəlirdir. Ümumi milli gəlirin səviyyəsi cəmiyyətin iqtisadi və sosial təminat səviyyəsini ifadə edir. Ayrı-ayrı ölkələrin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyələri arasındakı fərq adam-

başına düşən ümumi milli gəlir göstəricisi ilə müəyyən olunur. **Beləliklə, ölkə iqtisadiyyatının fəaliyyət nəticəsi ictimai istehsalın səmərəlilik meyarı kimi ümumi milli gəlir qəbul edilə bilər.**

Ümumi milli gəlirin artırılması və habelə ictimai istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi bir sıra təsərrüfat tədbirlərindən – investisiya qoyuluşundan səmərəli istifadə edilməsi, məhsuldar qüvvələrin düzgün yerləşdirilməsi, əmək və material ehtiyatlarından maksimum istifadə olunmasından və əlbəttə, elmi-texniki tərəqqinin sürətləndirilməsindən və s.-dən bilavasitə asılıdır.

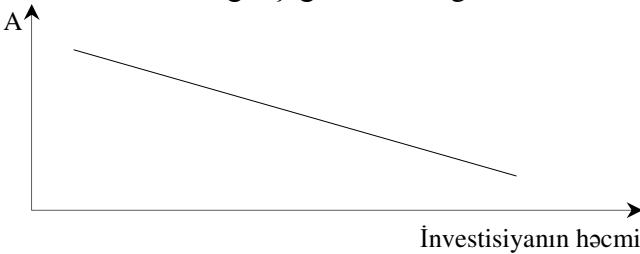
İctimai istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin düzgün hesablanması səmərəlilik meyarının ümumi milli gəlir olmasını qəbul etməklə bitmir. Bundan az əhəmiyyət kəsb etməyən bir məsələ də ümumi milli gəlirin (səmərənin) artırılmasına səbəb olan ictimai əmək məsrəfinin tərkibini, onu təşkil edən xərclərin iqtisadi məzmununu, hesablamaya daxil edilmə qaydasını təfəsilatı ilə öyrənməkdədir. **Özünün miqyasına, öyrənilmə tarixinə, ölkənin iqtisadi potensialının artırılmasındakı roluna, istifadəsinin ictimai istehsalın səmərəliliyinə təsir gücünə, iqtisadi inkişaf və sosial tərəqqidəki əhəmiyyətinə və s. görə əsaslı vəsait (investisiya) qoyuluşu kimi xərc ünsürünə analoq yoxdur.**

Müəssisə səviyyəsində investisiya qoyuluşlarında əsas məqsəd təsisçilərin maddi rifahının yaxşılaşdırılmasıdır. Bu baxımdan müəssisənin fəaliyyətinin əsas göstəricisi mənfəətdir. Müəssisələrdə əsaslı vəsait qoyuluşunun iqtisadi səmərəliliyini müəyyən edərkən səmərə (meyar) kimi mənfəət, səmərəlilik göstəricisi kimi mənfəətin əsaslı vəsait qoyuluşuna nisbəti kimi müəyyən edilir.

Hər hansı bir ölkədə iqtisadi artımı investisiya qoyuluşunun həcmi müəyyən edir. **Bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadi sistemdə cəmiyyətin iqtisadi inkişafı investisiyanın həcmi və onun səmərəliliyindən bilavasitə asılı olur. Belə ki, ümumi milli məhsul gəlir kimi yığım və istehlak xərclərinin cəmindən, xərc kimi isə istehlak xərcləri və investisiyanın cəmindən ibarətdir.** Yığım investisiya üçün təklifi, planlaşdırılan investisiyanın həcmi isə tələbi müəyyən edir. Tələb və təklifin nisbəti isə investisiyanın qiymətini – faiz dərəcəsini müəyyən edir.

İnvestisiyanın həcminə gəlincə o, bir tərəfdən faiz dərəcəsindən, digər tərəfdən isə onun səmərəliliyindən asılıdır. Daha doğrusu, inves-

tisiyanın səmərəliliyinin aşağı həddini faiz dərəcəsi müəyyən edir. Bu onunla əlaqədardır ki, investisiyanın (birdəfəlik xərclərin) həyata keçirilməsi ilə gəlirlərin qazanılması arasındakı vaxt fərqi vardır. Faiz dərəcəsi ev təsərrüfatının öz vəsaitlərinə sərəncam və istifadə hüququnu müəyyən müddətə itirdiyi üçün aldığı haqqı (riski nəzərə almaşaq) göstərir. Digər tərəfdən təsərrüfat subyekti (sahibkar) faiz dərəcəsinin səviyyəsinə uyğun qiymətə əldə etdiyi investisiya vəsaitinə faiz dərəcəsi yüksək mənfəət normasını təmin etməlidir. Qeyd olunanları nəzərə alaraq, investisiyanın həcmi ilə faiz dərəcəsi və mənfəət norması arasındakı asılılığı aşağıdakı kimi göstərmək olar:



A – faiz dərəcəsi və mənfəət norması

Şəkil 20.1. İnvestisiyanın həcmi ilə faiz dərəcəsinin səviyyəsi və mənfəət norması arasındakı əlaqə

Beləliklə, investisiyanın səmərəliliyinin müsbət olması investisiyanın həyata keçirilməsi üçün kifayət deyil. Bunun üçün investisiyanın səmərəliliyinin son həddi (ən aşağı həddi) faiz dərəcəsinin (burada faiz dərəcəsi dedikdə, ölkənin kredit bazarında formalaşan orta illik faiz dərəcəsi nəzərdə tutulur) səviyyəsindən yuxarı olmalıdır.

Cəmiyyətdə hər bir sahibkar investisiyanı həyata keçirərkən onun nəzərdə tutduğu normal mənfəət normasını faiz dərəcəsinin səviyyəsi ilə investisiyanın qoyulduğu sahədəki riskin səviyyəsi müəyyən edir. Qeyd etmək lazımdır ki, faiz dərəcəsi müxtəlif dövrlərə görə dəyişərək mənfəət normasına təsir göstərdiyi halda, investisiya mühitinin sabit halında ayrı-ayrı istehsal növləri üzrə mənfəət normaları arasındakı fərq riskin səviyyəsinə uyğun müəyyən olunur.

Sahibkarlıqda risk dedikdə, müəssisənin zərər və itkilərə məruz qalması ehtimalı nəzərdə tutulur. Bütövlükdə, risk mücərrəd anlayış deyildir, yəni əgər keçən il sahədəki 10 müəssisədən 3-ü iflasa uğrayıbsa və yeni ildə keçən ilə nisbətən şərtlər dəyişməyibsə,

bu sahədə iflasolma riski 30 faizə bərabərdir. Risk artdıqca, bu sahəyə investisiyanın da həcmi azalır və sahibkarlar da mənfəət normasını daha yüksək planlaşdırırlar. Çünki, əlavə stimulye bu sahəyə əlavə investisiya cəlb edə bilər. Ümumiyyətlə, insanlar öz vəsaitlərini hər hansı bir obyektə qoyarkən, onları təmin edə bilən mənfəət norması mövcud olur. Bu mənfəət norması hər kəs tərəfindən normal mənfəət norması kimi qəbul olunur. Müəssisələr investisiya qoyuluşlarında həyata keçiriləcək təsərrüfat tədbirlərinin texniki-iqtisadi əsaslandırılmasını işləyib hazırlayırlar və bu tədqiqat nəticəsində riskin səviyyəsinə uyğun müəssisəni təmin edə bilən mənfəət norması və onun əldə olunması imkanlarını hərtərəfli qiymətləndirirlər. Bütövlükdə, sahə üzrə normal mənfəət norması risksiz dərəcə ilə maliyyə və kommersiya risklərinə görə mükafatın məbləğinə bərabər olur. Risksiz dərəcə isə, adətən, dövlətin buraxdığı qısamüddətli istiqraz vəərəqlərinin gəlirlik dərəcəsi hesab edilir. Aydınır ki, investirlərə öz vəsaitlərini dövlət təminatında olan qısamüddətli istiqraz vəərəqlərinə deyil, daha riskli olan istehsal müəssisələrinə qoymaq üçün əlavə stimulye gərəkdir.

İqtisadi resurslar içərisində ən likvid və mobil resurs pul vəsaitləridir. Əgər qısamüddətli dövrdə hər hansı bir sahədə normal mənfəətdən yüksək əlavə mənfəət əldə edilirsə, investisiya vəsaitləri həmin sahəyə axır. Nəticədə, bu sahədə təklifin artması qiymətlərin qismən aşağı düşməsinə və istifadə edilən resurslara tələbin artması hesabına onların qiymətinin nisbətən yüksəlməsilə əlaqədar istehsal xərclərinin artması baş verir ki, nəticədə mənfəət norması özünün normal səviyyəsinə enir.

Qeyd edilənlər, ayrı-ayrı müəssisələrdə mənfəət normalalarının bərabər olması fikrinin təsdiqlənməsi üçün əsas ola bilməz. Əksinə, təsərrüfat fəaliyyəti prosesində ayrı-ayrı müəssisələr iqtisadi resurslardan səmərəli istifadə səviyyəsi və istehsal xərclərinin səviyyəsi baxımından fərqlənirlər. Bəzi müəssisələr zərərlə işləyir, bəzi müəssisələr isə hətta müflis olurlar.

İstehsal prosesinin iqtisadi və sosial nəticələri, eləcə də ictimai istehsalda texnoloji irəliləyişlər – hər ikisi ictimai əmək məsrəflərinin nəticələri olmalarına baxmayaraq – öz məzmunlarına görə biri-birlərindən fərqlənirlər.

Qeyd etmək lazımdır ki, sosial-iqtisadi və sosial səmərəlilik anlayışları (göstəriciləri) iqtisad elmi aparatına daxil edilməzdən qabaq ictimai istehsalda müvafiq növ məsrəflərin (resursların) istifadəsinin səmərəlilik meyarı və göstəriciləri elmi cəhətdən işlənilmiş və hələ bundan çox əvvəl isə, əsaslı vəsait qoyuluşunun səmərəliliyinin nəzəri-metodoloji tədqiqi həyata keçirilmişdir.

Ölkə üzrə olduğu kimi, müəssisə miqyasında da sosial səmərənin və onunla əlaqədar məsrəflərin iki formasını bir-birindən fərqləndirmək lazımdır; bu, iqtisadçılar tərəfindən qəbul olunmuş bir fikirdir:

a) bilavasitə istehsal sferasında sosial yönümlü məsrəflər;

b) qeyri-istehsal sferasında – sosial infrastrukturun inkişafına yönəldilən məsrəflər.

Göründüyü kimi, istehsal sferasında sosial yönümlü məsrəflər müəssisədə istehsalın səmərəliliyinə bir tərəfdən əmək şəraitinin yaxşılaşdırılması, ətraf mühitin mühafizəsi, texniki təhlükəsizlik, istehsalın estetikası və s. bu kimi sosial amillər vasitəsilə təsir göstərir. Digər tərəfdən isə, sosial infrastrukturun inkişafına çəkilən xərclər elmin, təhsilin, bədən tərbiyəsinin və idmanın inkişafı, səhiyyə, məişət xidməti (ümumiyyətlə, xidmət “istehsal” edən sahələri – ticarət, məişət xidməti, ictimai iaşə), sosial təminat, idarəetmənin təkmilləşdirilməsi və s. kimi tədbirlər müəssisə miqyasında da istehsalın səmərəliliyinə dolayı təsir göstərən sosial amillərdir.

Sosial amillərin qeyd edilən növləri və bununla əlaqədar məsrəflər, habelə onların nəticəsi kimi sosial səmərə, vahid prosesin – iqtisadi inkişafın və sosial tərəqqinin – müxtəlif məqamları olduqlarından vəhdət təşkil edir, onların birini digərindən ayırmaq cəhdi “sxolastik oyun” olardı; lakin bütün bunlara baxmayaraq onların arasında fərqlər də mövcuddur.

İstehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi isə sosial infrastrukturun gələcək inkişafına və sosial-məişət problemlərinin həll edilməsinə şərait yaradır. Buna uyğun olaraq, məsrəfin birinci forması sosial-iqtisadi istiqamətlidir və bu məsrəflərdən alınan səmərəni sosial-iqtisadi səmərə hesab etmək olar. İstər bütünlükdə ölkə və istərsə də firma miqyasında sosial infrastrukturun inkişafı ilə əlaqədar məsrəflər isə, öz mahiyyəti etibarilə, “xalis” sosial məsrəflərdir, lakin son nəticədə sosial infrastrukturdakı mütərəqqi dəyişikliklər

dolayı yolla istehsalın iqtisadi göstəricilərinə də əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərirlər.

Bütün göstərilən məsrəflər ya istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi, ya da əmək şəraitinin yaxşılaşdırılması ilə əlaqədardır.

Lakin iqtisadi səmərəliliyi sosial məsrəflərdən "muxtariyyətdə" öyrənmək, praktiki olaraq, mümkün deyil. **Bu məsrəflərin xüsusiyyəti elədir ki, onları kəmiyyətcə ölçmək yolu ilə sosial səmərənin "muxtariyyət"də qiymətləndirilməsi çətin olur, daha doğrusu, mümkün olmur;** sosial məsələlərin həllinə yönəldilən məsrəflərin "xalis" şəkildə müəyyənləşdirilməsinin mümkünlüyü şəraitində belə, sosial amillərdən istifadənin səmərəsi ölçüyə gəlmir.

Ölkə miqyasında işçilərin şüur və intellekti, mənəvi-siyasi və əxlaqi-estetik mövqeləri, sosial fəallığı – bütün bunlar birlikdə cəmiyyətin mənəvi potensialını təşkil edir. Mənəvi potensialın təbii resurslarla, istehsal və elmi-texniki potensialla uzlaşdırılması isə məcmu halında cəmiyyətin iqtisadi potensialını əmələ gətirir. İqtisadi potensialın strukturunu təşkil edən həmin ünsürlər arasında qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı təsirlər mövcuddur. Bu strukturda üstünlük mənəvi potensialla məxsus olmasına baxmayaraq (belə ki, o daha səfərbərdir, çevik və "həssasdır"), ictimai istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsində onun "töhfəsini" ayrıca öyrənmək çətinidir. Bu onunla şərtlənir ki, mənəvi potensialın tərkib hissəsi və onların "fəaliyyətinin" nəticəsi nə ayrılıqda və nə də məcmu halında kəmiyyətcə ölçüyə gəlmir. Bütövlükdə iqtisadiyyata aid olan "iqtisadi potensial"ı müəssisəyə aid olan "istehsal gücü" ilə əvəz etməklə deyilənlər müəssisə üçün də qəbul oluna bilər.

Beləliklə, hər hansı ictimai-iqtisadi prosesin iqtisadi və sosial nəticəsi ayrılmazdır, artıq qeyd olunduğu kimi, onlar vəhdət təşkil edir, onların arasında dəqiq müəyyən edilmiş sərhəd yoxdur.

2. İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin ümumi və müqayisəli göstəriciləri

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyini kəmiyyətcə ölçmək zərurəti elə göstəricilər sistemini tələb edir ki, onların köməyi ilə həm səmərə və həm də onu əldə etmək üçün məsrəflərin kəmiyyəti tam və dəqiq müəyyən oluna bilsin.

İqtisadi ədəbiyyatda və müvafiq metodik təlimatlarda istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin ümumi (mütləq) və müqayisəli (nisbi) göstəriciləri bir-birindən fərqləndirilir. Həm ümumi, həm də müqayisəli səmərəlilik sərf olunan məsrəflərə görə əldə edilən səmərənin nisbi kəmiyyətini göstərir, lakin bunların hesablanması məqsədləri müxtəlifdir.

Səmərəliliyin ümumi (mütləq) göstəricilər sistemi vasitəsilə əsaslı vəsait qoyuluşunun, həmçinin fəaliyyətdə olan (layihələndirilən) müəssisənin iqtisadi resurslarından istifadə olunması səmərəliliyinin səviyyəsi ölçülə və ya təhlil oluna bilər. Ümumi (mütləq) iqtisadi səmərəlilik hesablamaları, yeni müəssisələrin tikilməsi və mövcud müəssisələrin yenidən qurulması üçün investisiya qoyuluşlarının ümumi məbləğinin səmərəliliyini, həmçinin plan tapşırıqları və layihələrlə müqayisədə əsaslı vəsait qoyuluşunun və istehsal resurslarından istifadənin faktiki səmərəliliyini müəyyənləşdirmək üçün aparılır.

Səmərəliliyin müqayisəli (nisbi) göstəricisi vasitəsilə layihə variantlarından ən sərfəlisinin seçilməsi məqsədilə hesablanılır və tətbiq edilir. Variantlardan ən yaxşısının seçilməsində investisiya qoyuluşunun geri qaytarılma (ödənmə) müddəti və gətirilən (çevrilmiş) xərclər göstəricilərindən istifadə olunur.

Ümumi (mütləq) iqtisadi səmərəlilik bir neçə göstərici ilə xarakterizə oluna bilər ki, onlardan hər biri müəyyən maddi istehsal sferasında bu və ya digər məsrəflərin səmərəliliyini qiymətləndirmək (hesablamaq) üçün istifadə olunur.

Firmalarda əsaslı vəsait qoyuluşunun səmərəlilik göstəricisi kimi, onun rentabelliyyindən istifadə edilir. Bu göstərici illik mənfəət artımının bu artımı təmin edən əsaslı vəsait qoyuluşuna nisbəti kimi hesablanır:

$$E_n = \frac{\Delta M}{K}$$

Burada, E_n – əsaslı vəsait qoyuluşunun səmərəliliyi;

ΔM – əsaslı vəsait qoyuluşu hesabına mənfəətin artımı;

K – əsaslı vəsait qoyuluşunun məbləğidir.

Yeni tikilən firmalar, müəssisələr, sexlər, digər obyektlər və ayrı-ayrı tədbirlər üzrə də rentabellik göstəricisi mənfəətin əsaslı vəsait qoyuluşuna nisbəti kimi tapılır və aşağıdakı düsturla ifadə olunur:

$$E_n = \frac{Q - S}{K}$$

Burada, Q – müəssisə topdansatış qiymətləri ilə (əlavə dəyər vergisiz) illik məhsul buraxılışı (plan üzrə);

S – il ərzində buraxılan məhsulun maya dəyəri;

K – tikilən obyektlərin smeta dəyəridir (tədbirlərin yerinə yetirilməsi üçün əsaslı vəsait məsrəfləridir).

Firma və ya müəssisələr üzrə ümumi (mütləq) səmərəlilik göstəricisi məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasından əldə edilən qənaətin və bunu təmin edən əsaslı vəsait qoyuluşuna nisbəti kimi də müəyyən edilir:

$$E_n = \frac{S_1 - S_2}{K}$$

Burada, S_1 və S_2 – uyğun olaraq əsaslı vəsait qoyuluşundan əvvəl və sonra məhsulun maya dəyərləridir.

Səmərəlilik göstəricisi kimi ümumi rentabellik ($R_{\text{üm}}$) mənfəətin əsas fondların orta illik dəyərilə normalaşdırılan dövriyyə vəsaitlərinin orta illik qalığının cəminə nisbəti kimi hesablanır:

$$R_{\text{üm}} = \frac{M_b}{F_{\text{əs}} + F_{\text{nor}}}$$

Burada, M_b – balans mənfəəti;

$F_{\text{əs}}$ – istehsal əsas fondlarının orta illik dəyəri;

F_{nor} – normalaşdırılan dövriyyə vəsaitlərinin orta illik qalığıdır.

Firma və müəssisələrdə istehsalın rentabelliyyindən əlavə **ayrı-ayrı məhsulların da rentabelliyni** (R_m) hesablamaq lazım gəlir. Bundan məqsəd hər bir məhsulun ayrı-ayrılıqda istehsalın rentabelliyyəsinə təsirini, «xidmətinə» öyrənməkdir. Bunun üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:

$$R_m = \frac{M}{S_{\text{md}}} \times 100$$

Burada, M – məhsul vahidinin gətirdiyi mənfəətdir, manatla;

S_{md} – məhsul vahidinin tam maya dəyəridir, manatla.

Qeyd etmək lazımdır ki, keçmiş İttifaqın sənayesində həm istehsalın və həm də ayrı-ayrı məhsulların rentabellik səviyyəsi mənfəət və maya dəyəri göstəricilərinə görə hesablanırdı. İstehsalın rentabelliyyəsinin mənfəətlə maya dəyərinin nisbətində görə hesablanması düzgün olmayan nəticələrə gətirib çıxarırdı.

Fikrimizi aydınlaşdırmaq üçün şərti bir misala müraciət edək və həmin rəqəmlərin köməyi ilə istehsalın daha real olan rentabelliyyətini müəyyənləşdirək.

1.Firmaların əsas fondlarının orta illik dəyəri:

I firma – 6775 min manat;

II firma – 8195 min manat;

2.Firmaların normalaşdırılan dövriyyə vəsaitləri:

I firma – 2550 min manat;

II firma – 3365 min manat;

3. Firmaların məhsulunun tam maya dəyəri:

I firma – 2400 min manat;

II firma – 2200 min manat;

4.Firmaların mənfəəti:

I firma – 325 min manat;

II firma – 335 min manat.

Mənfəət və tam maya dəyərinə əsaslanan metodla rentabellik səviyyəsini hesablasaq alarıq:

I firma üçün rentabellik səviyyəsi

$$R_i = \frac{325}{2400} \times 100 = \frac{32500}{2400} = 13,6 \quad \text{faizə bərabərdir}$$

II firma üçün isə həmin göstərici

$$R_i = \frac{335}{2200} \times 100 = \frac{33500}{2200} = 15,2 \quad \text{faizi təşkil edir.}$$

Mənfəət və əsas fondlarla normalaşdırılan dövriyyə vəsaitlərinin dəyərlərinə əsaslanan metodla rentabellik səviyyəsi:

I firma üçün

$$R_i = \frac{325}{6775+2550} \times 100 = \frac{32500}{9325} = 3,4 \quad \text{faizə bərabərdir}$$

II firma üçün isə

$$R_i = \frac{335}{8195+3365} \times 100 = \frac{33500}{11560} = 2,7 \quad \text{faiz təşkil edir.}$$

Göründüyü kimi, əgər I metodla rentabelliyn hesablanması ikinci firmanın öz resurslarından (əsas fondlar və normalaşdırılan dövriyyə vəsaitlərindən) daha səmərəli istifadə etdiyini göstərsə, II metodla hesablama üstünlük birinci firmaya keçir.

Bəs real vəziyyət hansıdır?

Təhlil göstərir ki, rentabellik səviyyəsinin hesablanmasının II metodu real vəziyyəti daha düzgün əks etdirir. Belə ki, hər iki firmada əldə edilən mənfəətin kütləsi o qədər çox fərqlənməsə də, birinci müəssisə daha az həcmdə istehsal əsas fondlarından və normalaşdırılan dövriyyə vəsaitlərindən istifadə etmişdir.

Beləliklə, hesablama göstərdi ki, I firma II firmaya nisbətən rəqabətqabiliyyətlidir, çünki o, az resursla daha çox məbləğdə mənfəət əldə edə bilmişdir.

Deməli, rentabelliyn hesablanmasının ikinci metodu real vəziyyəti daha düzgün əks etdirə bilir. Firmalar birinci metoddan (mənfəət və maya dəyərinə görə hesablanan) məhsulların, ikinci metoddan isə (mənfəət, əsas və dövriyyə fondlarına görə hesablanan) istehsalın rentabelliyni qiymətləndirə bilirlər.

Firma miqyasında əsas və xüsusi kapitalın da səmərəliliyi hesablanır və təhlil edilir.

Əsas kapitalın rentabelliyni:

$$R_{\text{əskap}} = \frac{\text{mənfəət}}{\text{əsas kapital}} \times 100\%$$

Burada, əsas kapital firmanın istehsal əsas fondlarının orta illik (rüblük, aylıq) dəyəridir.

Xüsusi kapitalın rentabelliyni:

$$R_{\text{xüs.kap.}} = \frac{\text{mənfəət}}{\text{xüsusi kapital}} \times 100\%$$

Burada, xüsusi kapital firmanın istehsal əsas fondlarının özünün xüsusi maliyyələşmə mənbələri hesabına yaratdığı hissəsinin dəyəridir.

Elm və texnikanın müasir inkişaf mərhələsi istehsal məsələlərinin həllinin çoxvariantlılığı ilə xarakterizə olunur. Bu, öz növbəsində, artıq qeyd olunduğu kimi, təsərrüfat və texniki həll variantlarının müqayisəli (nisbi) iqtisadi səmərəliliyinin real hesablamalarının aparılması zərurətini doğurur. Müqayisəli səmərəliliyin müəyyən

olunması zamanı müəssisədə həyata keçiriləcək müxtəlif birdəfəlik və cari xərclər tələb edən investisiya layihələri və ya istehsal-təsərrüfat tədbirləri müqayisə edilir.

Firmanın uzunmüddətli inkişaf perspektivini nəzərə almaqla onun istehsal təsərrüfat fəaliyyətinin əsas iqtisadi nəticəsi investisiya qoyuluşlarına maksimum mənfəətin əldə olunmasıdır. Müasir dövrdə, beynəlxalq təcrübədə investisiya layihələrinin səmərəliliyini əsaslandırmaq üçün aşağıdakı metodlardan istifadə edilir.

1. İnteqral səmərə.
2. Rentabellik norması.
3. Rentabellik indeksi.
4. Ödənmə müddəti.

İnteqral səmərə müxtəlif dövrlərə aid olan nəticə (gəlirlərin) və xərclərin fərqinin diskontlaşdırılaraq bir ilə, adətən hesabat dövrünün birinci ilinə gətirilməsi əsasında hesablanan göstəricidir.

Bu gətirilmə verilmiş illik göstəricinin a_t dikontlaşdırma əmsalına vurulmaqla edilir. Həmin əmsal aşağıdakı kimi müəyyən olunur:

$$a_t = \frac{1}{(1 + E_H)^t}$$

Burada, t – hesabat dövrünün “birinci ili” olan “0” ilə verilmiş göstəricinin aid olduğu « t » ili arasındakı dövürdür (illə).

E_n – vaxta görə gətirilmə normatividir.

Qeyd etmək lazımdır ki, E_n normativi ölkədə formalaşmış faiz dərəcəsi nəzərə alınmaqla layihənin risklik dərəcəsi əsasında hesablanır. E_n normativi müəyyən olunarkən, risksiz dərəcənin, kommersiya və maliyyə risklərinin səviyyələri nəzərə alınır. Yəni faiz dərəcəsinin üzərinə risklə əlaqədar müəyyən olunmuş mükafat da nəzərdə tutulur:

$$E_n = i + mr + kr$$

Burada, i – risksiz dərəcə;

mr – maliyyə risklərinə görə mükafat;

kr – kommersiya risklərinə görə mükafat.

İnvestisiya qoyuluşlarının inteqral səmərəsi aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanır:

$$S = \sum_{t=0}^T (N_t - X_t) a_t$$

Burada, T – hesabat ili;

N_t – t ilindəki nəticə;

X_t – t ilindəki investisiya xərcləri;

a_t – diskontlaşdırma əmsalı.

Müəssisədə investisiya layhəsinin qəbul edilməsi üçün inteqral səmərəlilik göstəricisi müsbət kəmiyyət olmalıdır. Yəni, əgər inteqral səmərəlilik göstəricisi müsbət kəmiyyətdirsə, investisiya xərclərinin daxili rentabellik norması nəzərdə tutulmuş normativdən (a_t diskontlaşdırma əmsalının hesablanmasında istifadə olunmuş E_n) yüksəkdir, mənfidirsə, daxili rentabellik norması normativdən aşağıdır. **Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadi ədəbiyyatda inteqral səmərə anlayışının sinonimi kimi "xalis diskontlaşdırılmış gəlir", "xalis cari dəyər" kimi məfhumlar da işlənir.**

Daxili rentabellik norması göstəricisinin həqiqi qiymətini (E_x) tapmaq üçün aşağıdakı məsələni həll etmək lazımdır. Başqa sözlə, əsaslı vəsait qoyuluşunun inteqral səmərəsinin sıfıra bərabər olduğu E_x müəyyən olunmalıdır.

$$\sum_{t=0}^T (N_t - X_t) \frac{1}{(1+E_x)^t} = 0$$

Əgər inteqral səmərə müsbətdirsə, onda $E_x > E_n$ olmalıdır. Əgər mənfidirsə, onda $E_x < E_n$ olur. E_x -in həqiqi qiymətini tapmaq üçün ardıcıl yaxınlaşdırma metodundan istifadə olunur (müsbət inteqral səmərədə E_x ardıcıl olaraq 0,01 artırılır, mənfə inteqral səmərədə isə 0,01 azaldılır). Bu vaxt E_x -in elə qiyməti müəyyən olunur ki, inteqral səmərə sıfıra bərabər olsun. İnteqral səmərənin sıfıra yaxın müsbət və ya mənfə kəmiyyəti alınarsa, onda daxili rentabellik normasının hesablanması üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edilir:

$$E_x = E_n + \frac{S_n (E_{n+1} + E_n)}{S_n + S_{n+1}}$$

Burada, E_n – inteqral səmərənin sıfıra yaxın müsbət və ya mənfə qiymət aldığı diskont normasıdır.

$E_{n+1} - E_n$ -lə müqayisədə bir bənd artırılmış (azaldılmış) diskont normasıdır ki, bu normada inteqral səmərə sıfıra yaxın mənfi və ya müsbət qiymət alır.

S_n və $S_{n+1} - E_n$ və E_{n+1} -ə uyğun inteqral səmərədir.

İnvestisiya layihələrindən ən səmərəli variantın seçilməsi inteqral səmərə göstəricisinin köməyilə iki yolla həyata keçirilə bilər.

Birincisi, differensial yanaşma yolu ilə. Bu halda kapital qoyuluşlarının arasındakı fərqi inteqral səmərəsi hesablanır. Həmin səmərənin mənfi və ya müsbət olmasından asılı olaraq ikinci və ya birinci variant seçilir.

İkinci halda isə, daxili rentabellik norması hesablanır və hansı variant daxili rentabellik normasının yüksək olmasını təmin edirsə, həmin varianta üstünlük verilir.

Rentabellik indeksi müəyyən dövrə gətirilmiş xərclərin həmin dövrə gətirilmiş investisiya xərclərinə nisbəti kimi müəyyən olunur.

$$J_r = \frac{T}{\sum_{t=0}^T N_t a_t} : \frac{T}{\sum_{t=0}^T X_t a_t}$$

Əsaslı vəsait qoyuluşlarının özünü ödəmə müddəti, xalis mənfəətin həcmi illər üzrə eynidirsə – ümumi investisiyanın həcmi illik xalis mənfəətlə amortizasiya ayırmalarının cəminə (pul axınına) bölməklə tapılır. Əgər kapital qoyuluşları müəssisə fəaliyyətə başlamazdan əvvəl həyata keçirilərsə və onun mənfəəti illərə görə fərqlənirsə, onda ümumi xərclərin cəmindən xalis mənfəətlə amortizasiya ayırmalarının illik məbləğini çıxmaqla, onun (kapital qoyuluşunun) özünü ödəmə müddəti müəyyən edilir. Məlumdur ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində istənilən investisiya qoyuluşu risklə bağlıdır və investisiyanın özünü ödəmə müddəti artdıqca riskin dərəcəsi də artır. Çünki investisiya layihəsi nə qədər uzun müddət üçün nəzərdə tutulursa, iqtisadi və bazar konyunkturasının dəyişmə ehtimalı yüksəlir və bununla əlaqədar olaraq qeyri-müəyyənlik artır.

Qeyd etmək lazımdır ki, **investisiya qərarları qəbul edərkən inteqral səmərə göstəricisinə üstünlük verilməsi daha məqsəduyğun hesab olunur. Əsaslı vəsait qoyuluşlarının ödənmə müddəti göstəricisi iqtisadi səmərəliliyin təqribi qiymətləndirmə metodudur.** Bu metod vaxt amilini və ödənmə müddətindən sonra yara-

nan gəlirləri nəzərə almır. Daxili rentabellik norması göstəricisinin mühüm qüsuru onun investisiyanın miqyasını nəzərə almamasıdır. Digər tərəfdən daxili rentabellik normasını hesablayan zaman o, bir yox, bir neçə qiyməti ala bilər.

Variantları müqayisə etdikdə, iqtisadi səmərəliliyi hesablamaq üçün əsaslı xərclər və birdə əlaqədar sahələrdə məhsulun maya dəyəri nəzərə alınır. İqtisadi səmərəliliyin kəmiyyəti o zaman daha dəqiq müəyyən edilə bilər ki, əsaslı məsrəflər və əldə edilmiş qənaət həm həmin obyekt üzrə, həm də onunla əlaqədar sahələrin obyektləri üzrə nəzərə alınmış olsun.

Əsaslı vəsait qoyuluşlarının və yeni texnikanın tətbiq edilməsi variantlarının müqayisəsini onların keyfiyyət baxımından təhlili ilə tamamlamaq lazımdır, çünki əsaslı vəsait qoyuluşlarının və yeni texnikanın tətbiq edilməsinin nəticələrini bütün hallarda kəmiyyətcə ölçmək mümkün olmur.

Deməli, əsaslı vəsait qoyuluşlarının, yeni texnikanın və istehsalın təşkilinin müqayisəli və ümumi iqtisadi səmərəliliyini müəyyən edən zaman onların kəmiyyətcə ölçülməsini və keyfiyyət tərəflərinin təhlilini düzgün əlaqələndirməyə səy göstərməlidir.

3. Kommersiya fəaliyyətinin və istehsal amillərinin səmərəliliyi

Məlumdur ki, firmanın işi onun istehsal fəaliyyəti ilə bitmir, o həm də kommersiya fəaliyyəti ilə məşğul olur. Təkrar olsada - müəssisə ilə firmanın fərqlənməsinin təməl səbəbi də elə budur. Məhz buna görə də hər bir firma özünün istehsal fəaliyyəti ilə yanaşı kommersiya fəaliyyətini qiymətləndirməlidir, ona nəzarət işini həyata keçirməli və onu idarə etməlidir. Deməli, firmanın bütövlükdə fəaliyyətinin səmərəliliyi həm onun istehsal və həm də kommersiya fəaliyyətindən asılıdır. Firmanın kommersiya işinin iqtisadi səmərəliliyi isə istehsalda deyil, bazarda özünü büruzə verir.

Hansı firmanın bazardakı mövqei güclüdirsə – dayanaqlı və təhlükəsizdirsə, onun kommersiya fəaliyyəti stabil və səmərəli olur. Beləliklə, firma üçün 2 iqtisadi səmərəlilik mövcuddur – iqtisadi və kommersiya.

Qeyd etmək lazımdır ki, firma üçün fəaliyyətinin hər iki istiqamətinin ona fayda gətirməsində – eyni dərəcədə olmasa da – maraqlıdır. Əlbəttə, onun üçün ən önəmli istehsalıdır – firmanın əldə et-

diyi ümumi səmərənin məbləğində bunun «çəkisi» daha çox olur. Lakin istehsalın nəticələrinin, daha doğrusu, istehsal edilmiş məhsulların öz istehlakçılara çatdırılması firmanın kommersiya fəaliyyətinin səmərəli təşkilindən bilavasitə asılı olur. İstehlakçıya çatdırılmayan məhsulun istehsalı mənasızdır. Bütün bunlara görə də firmanın istehsal fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini qiymətləndirməklə bərabər onun kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyi də ölçülməlidir.

Firmanın kommersiya işinin iqtisadi səmərəliliyinin müəyyən edilməsi istehsal fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodikasından fərqlənməməlidir; xərc və gəlirin müqaisəsi prinsipi rəhbər tutulmalı, əsas götürülməlidir.

Firmanın kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi reallığı, əlbəttə, həm xərcin və həm də həmin xərcin gətirdiyi səmərənin düzgün müəyyən edilməsindən asılıdır.

Firmanın kommersiya fəaliyyəti üçün çəkdiyi xərclər hansılardır? Həmin xərclərin nəticəsi – səmərəsi nədir? Bunları necə müəyyən etmək olar?

Firmanın istehsal fəaliyyəti kimi onun kommersiya fəaliyyətinin də səmərəliliyini düzgün hesablamaq üçün həm xərclərin və həm də səmərənin həcmələri dəqiq müəyyən olunmalıdır.

Məhsulun realizə olunması ilə əlaqədar olan xərclərin hesablanması üçün məhsulların tam maya dəyərindən, daha doğrusu kommersiya maya dəyərindən onların istehsal maya dəyəri çıxılmalıdır.

Kommersiya xərclərinin – istehsaldan kənar xərclərin – gətirdiyi səmərə isə bazar metodu ilə hesablanmış qiymətlə satılmış məhsulun həcmi ola bilər. Çünki kommersiya xərclərini çəkməkdən məqsəd məhsulların satılmasıdır.

Kommersiya xərcləri – istehsaldan kənar xərclər isə – reklam xərcləri, marketing fəaliyyəti, nəqliyyat təşkilatının saxlanması və digər bu kimi xərclərdən ibarətdir.

Məhsulun satılmasına çəkilən xərclə onun gətirdiyi səmərə müəyyən edildikdən sonra kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini hesablamaq çətin deyildir.

Firmanın kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini (Sk) aşağıdakı düsturun köməyiylə hesablamaq olar.

$$S_k = \frac{R_m}{M_k - M_i} \quad \text{yaxud,} \quad S_k = \frac{R_m}{K_x}$$

Burada R_m – bazar qiymətilə satılmış məhsulun həcmi, manatla;

M_k – məhsulun kommersiya maya dəyəri, manatla;

M_i – məhsulun istehsal maya dəyəri manatla;

K_x – kommersiya xərcləri, istehsaldan kənar xərclərdir, man.

Düsturda verilmiş kəsrin iqtisadi məzmunu «1 manatlıq kommersiya xərcinin gətirdiyi səmərədir». Başqa sözlə, düsturun köməyi ilə – xərcə səmərənin müqaisəsi yolu ilə – firmanın kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini qiymətləndirmək mümkündür.

Firmanın kommersiya fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üçün «satış həcmnin rentabelliği» deyilən bir göstəricidən də istifadə olunur. Həmin göstərici aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanır:

$$R_s = \frac{M}{R_m} \times 100$$

Burada R_s – satış həcmnin rentabelliğidir;

M – illik ümumi mənfəətin məbləğidir, manatla;

R_m – məhsul satışının illik həcmidir, manatla.

Firmanın kommersiya fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyi göstəricisi dinamikada təhlil edilməli, öyrənilməli və mövcud vəziyyətə qiymət verilməlidir.

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyi həm istehsalın nəticələrinə, həm də xərclərinə təsir göstərən bir çox amillər hesabına formalaşır. Xərclərin azaldılması öz əksini canlı əməyə, material məsrəflərinə və əsas fondlara qoyulmuş investisiyaya qənaətdə tapır. Bütün bunlar göstərir ki, istehsal amillərindən istifadə səviyyəsi istehsalın iqtisadi səmərəliliyini müəyyən edir.

İnsanın məqsədyönlü fəaliyyətinin nəticəsi, səmərəsi onun müəyyən vaxt ərzində yaratdığı maddi nemətlərin kəmiyyəti ilə, yəni əməyin səmərəlilik səviyyəsi onun məhsuldarlığı ilə müəyyən olunur. Əməyin məhsuldarlığı konkret əmək növünün vaxt vahidi ərzində az və ya çox məhsul istehsal etmək qabiliyyəti ilə səciyyələnir.

Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi, əvvəllər qeyd edildiyi kimi, vaxt vahidi ərzində istehsal olunan məhsulun kəmiyyətcə çoxal-

dılması və yaxud məhsul vahidi istehsalına sərf olunan vaxtın, başqa sözlə, məhsulun əmək tutumunun azaldılması yolu ilə mümkün olur.

Əmək məhsuldarlığının səviyyəsinin dinamikasını qiymətləndirmək üçün istehsal olunmuş məhsulun həcmi və onun hazırlanması üçün sərf olunmuş iş vaxtı arasındakı nisbət göstəricisindən istifadə edilir.

Canlı əmək məhsuldarlığının səviyyəsini xarakterizə edən göstəricilərə məhsulun əmək tutumu və əmək məhsuldarlığı aiddir. Əmək məhsuldarlığı istehsal edilmiş məhsulun həcmninə məhsul istehsalı üçün sərf olunmuş iş vaxtına nisbəti kimi müəyyən olunur. Əmək tutumu isə əmək məhsuldarlığının tərsi olan göstəricidir.

Material resurslarından və habelə dövriyyə vəsaitlərinin digər başqa maddi ünsürlərindən səmərəli istifadə edilməsi nəticəsində ümumiləşdirici bir göstərici olan dövriyyə vəsaitlərinin dövr sürəti artır.

Təkrara yol verilsədə, göstərmək lazımdır ki, dövriyyə vəsaitlərindən istifadə səmərəliliyi bir neçə göstərici ilə – dövretmə əmsalı (dövretmələrin sayı), dövriyyə vəsaitlərinin yüklənmə əmsalı və bir dövriyyənin uzunluğu ilə (günlərlə) xarakterizə olunur.

Dövriyyə vəsaitlərinin dövretmə əmsalı realizə olunmuş məhsul həcmninə (əlavə edilmiş dəyərin satılmış hissəsi) dövriyyə vəsaitlərinin orta qalıqına (illik, rüblük) nisbəti kimi hesablanır.

Dövriyyə vəsaitlərinin yüklənmə əmsalı dövretmə əmsalının tərsi kimi hesablanır və o, 1 manatlıq realizə olunmuş məhsula sərf edilmiş (ona təhkim edilmiş) dövriyyə vəsaitlərinin həcmi səciiyələndirir.

Nəhayət, dövriyyə vəsaitlərinin bir dövriyyəsinin gün hesabı ilə uzunluğu göstəricisi dövrdəki (il, rüb, ay) günlərin sayının dövretmə əmsalına bölünməsi yolu ilə hesablanır.

Xammal, yanacaq, enerji və digər material xərclərinin səmərəsini xarakterizə edən göstəricilərdən biri də məhsulun material tutumudur. Material tutumu (M_t) məhsul vahidinə sərf olunan material resurslarını xarakterizə edir və aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$M_t = \frac{M_x}{N}$$

Burada, M_x – məhsul istehsalına material sərfi;

N – məhsulun həcmi.

İstehsalın maddi ünsürlərindən biri olan istehsal əsas fondlarından istifadənin səmərəliliyinin ümumiləşdirici göstəricilərinə fondverimi və fondtutumu aiddirlər.

Müəssisə üzrə fondverimi əmtəlik, ümumi və ya xalis məhsulun istehsal əsas fondlarının orta illik dəyərinə nisbəti kimi müəyyən edilir və onların bir manatına düşən məhsul buraxılışını göstərir. Fondverimi nə qədər yüksək olarsa, əsas fondlardan bir o qədər yaxşı istifadə olunur.

Fondverimi göstəricisinin əksi fondtutumu adlanır və o, buraxılan məhsulun hər manatına düşən istehsal əsas fondlarının dəyəri ilə səciyyələnir.

Müəssisə miqyasında istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin öyrənilməsi yalnız istehsalın ayrı-ayrı resursları üzrə deyil, həm də onların məcmuu üzrə də hesablanılır və təhlil edilir.

Bunun üçün müəssisənin illik təsərrüfat fəaliyyətinin dəyər ifadəsində nəticəsi onun il ərzində ya malik olduğu və ya da istehlak etdiyi istehsal resurslarının dəyəri ilə müqaisə olunur. Müəssisənin illik fəaliyyətinin kəmiyyət tərəfini bir neçə göstərici ilə – ümumi, əmtəlik, realizə olunmuş, şərti-təmiz və s. göstəricilərlə öyrənmək olar. Bunlardan ən realı şərti-təmiz məhsuldur, çünki bu, müəssisənin özünün xidmətlərini səciyyələndirən yeganə göstəricidir. Bu göstərici isə iqtisadi məzmununa görə «əlavə olunmuş dəyər» göstəricisindən, demək olarki, fərqlənir.

Planlaşdırma və uçot praktikasında əlavə olunmuş dəyərin həcmi aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanır.

$$\Theta D = \Theta H + AA + RX + MM + SX$$

Burada, ΘD – əlavə olunmuş dəyər, man;

ΘH – bütün kateqoriyadan olan işçilərin əsas və əlavə əmək haqqı, man;

AA – amortizasiya ayırmaları, man;

RX – reklam xərcləri, man;

MM – müəssisənin mənfəəti, man;

SX – sair xərclər, man;

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyət göstərən müəssisələrdə istehsalın iqtisadi səmərəliliyini xarakterizə edən ümumiləşdirici bir

göstəricidən – «məcmuu amillərin məhsuldarlığı» adlanan bir göstəricidən istifadə olunur. Bu göstərici aşağıdakı düsturun köməyi ilə hesablanır:

$$S_{m.a} = \frac{\text{ŞTM}}{\text{ƏH} + \text{AA} + \text{KX}}$$

Burada, $S_{m.a}$ – məcmuu amillərin, istehsalın iqtisadi səmərəliliyidir;

ŞTM – şərti-təmiz məhsulun dəyəridir, əlavə olunmuş dəyərin həcmidir;

ƏH – iş qüvvəsinin dəyəridir (bütün kateqoriyadan olan işçilərin əsas və əlavə əmək haqqıdır);

AA – amortizasiya ayırmalarının məbləğidir;

KX – kənardan alınmış xammal və materialın, göstərilmiş xidmətlərin dəyəridir.

Əcnəbi ölkələrin müəssisələrində (məsələn, Amerika Birləşmiş Ştatlarının) bu göstəricinin dinamikası vasitəsilə müəssisələri müqayisə olunur, onların rəqabət qabiliyyətləri qiymətləndirilir və hər bir müəssisənin öz istehsal resurslarından necə istifadə etdikləri aşkar olunur.

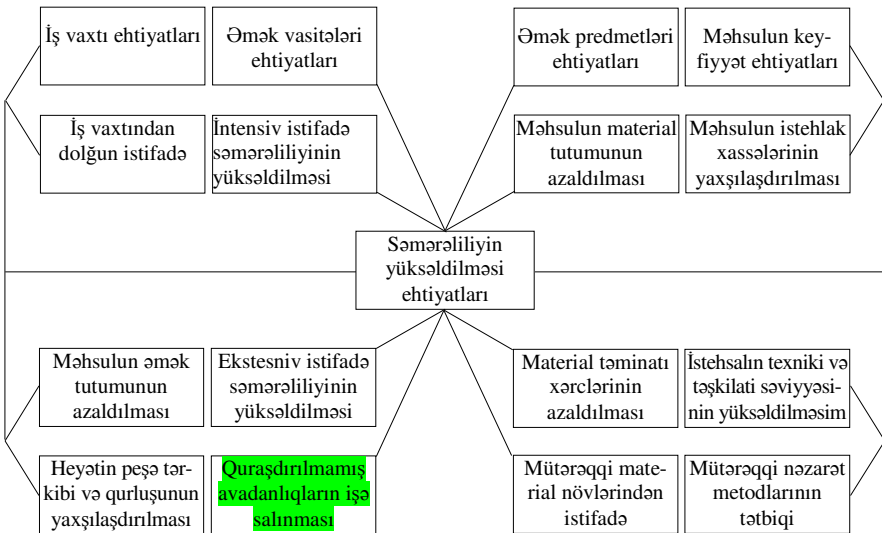
4.İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinə təsir edən amillər

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi amilləri dedikdə, bu yüksəlməni təmin edən şərtlər başa düşülür. Bu amillərə istehsal prosesinə və onun nəticələrinə təsir göstərən bütün vasitələr aiddir. Onlardan ən mühümləri aşağıdakılardır:

- elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin istehsala tətbiqi;
- istehsalın təmərküzləşməsi, kombinəlməsi, ixtisaslaşması və kooperativləşməsi;
- istehsalın və idarəetmənin təşkilinin təkmilləşdirilməsi;
- işçilərin ixtisas səviyyəsinin artırılması və əməyin təşkilinin yaxşılaşdırılması;
- müəssisələrin düzgün yerləşdirilməsi və müxtəlif məhsul növlərinin istehsalının optimallaşdırılması;
- beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlüklərindən istifadə olunması və s.

Məlumdur ki, istehsal prosesinin baş verməsi üçün, ilk növbədə, müəyyən istehsal fondlarının yaradılması məqsədilə əsaslı vəsait

qoyuluşu həyata keçirilməlidir. **Hər bir sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyi son nəticədə səmərənin əsaslı vəsait qoyuluşuna nisbətən müəyyən edilir.** Makroiqtisadi səviyyədə əldə edilən səmərə – ümumi milli gəlir (son məhsul), müəssisə səviyyəsində isə əlavə edilmiş dəyər, mənfəət və s. olur. Beləliklə, istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi amillərini təhlil edərkən, birincisi, həyata keçirilən əsaslı vəsait qoyuluşlarının məbləğini minimumlaşdırmaq, ikincisi, məhsulun maya dəyərini azaltmaqla mənfəətin həcmi artırmaq ehtiyatlarını aşkar etmək lazımdır. Əgər birinci tikintinin inkişafından və onun mükəmməl təşkilindən, maşın və avadanlıqların qiymətindən və s., -dən asılıdırsa, ikincisi isə, istehsal əsas fondlarından, işçi qüvvəsindən, xammal və materiallardan istifadə səviyyəsindən və s.-dən bilavasitə asılı olur.



20.2. İstehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi amilləri

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsində mühüm yeri elm-texniki tərəqqi tutur. **Əvvəllər qeyd olunduğu kimi, elmi-texniki tərəqqi – elmi tədqiqatların inkişafını, yeni, daha mükəmməl əmək vasitələri və predmetlərinin, texnoloji proseslərin, istehsalın, əməyin və idarəetmənin təşkilati metodlarının yaradılmasını əhatə edən prosesdir.**

İstehsalın mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması, yeni texnoloji istehsal üsullarının, daha səmərəli materialların, istehsalın və əməyin təşkilinin qabaqcıl formalarının tətbiq edilməsi və s. iş vaxtına, materiallara, enerjiyə qənaət olunmasına kömək edir, məhsul istehsalının həcmi artırır və bununla da məhsul vahidinə çəkilən xərcləri azaldır. Elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin mənimsənilməsi ölkə iqtisadiyyatının texniki cəhətdən yenidənqurulmasına, istehsalın səmərəliliyinin və məhsulun keyfiyyətinin yüksəlməsinə, əhalinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşmasına səbəb olur.

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə istehsalın təmərküzləşməsi əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Müəssisələrin optimal həddə qədər iriləşdirilməsi yeni, yüksək məhsuldar avadanlığın tətbiq edilməsi üçün və bununla da əsas fondlardan istifadəni yaxşılaşdırmaq və məhsul vahidinə düşən amortizasiya ayırmalarının məbləğini azaltmaq üçün şərait yaradır. O, məhsul vahidinə düşən inzibati-idarəetmə xərclərini xeyli aşağı salır, material və enerji ehtiyatlarından istifadəyə müsbət planda təsir göstərir.

Lakin, bu fikir kiçik və orta ölçülü müəssisələrin yaradılmasının texniki, iqtisadi və sosial baxımdan zəruriliyini nəinki inkar etmir, əksinə, onu şərtləndirir.

İstehsalın kombinləşməsi məhsul vahidinə sərf edilən xammal və enerji məsrəflərinin xeyli azalmasına səbəb olur. Bir çox sənaye sahələrinin müəssisələrində xammaldan kompleks istifadə edilməsi eyni həcmdə xammal məsrəfləri ilə əlavə məhsul buraxmağa imkan verir ki, bu da məhsulun maya dəyərini xeyli aşağı salır. Məsələn, metallurgiya kombinatında istilikdən və istehsalat tullantılarından səmərəli istifadə edilir, bununla da enerji və xammal məsrəfləri azalır, aqreqatlara xidmətlə əlaqədar işçilərə olan tələbat azalır.

İstehsalın ixtisaslaşması və kooperativləşməsi ayrı-ayrı məhsul növlərinin hazırlanmasının kütləviliyini artırır, xüsusi, yüksək məhsuldarlığa malik avadanlığın tətbiqini asanlaşdırır, istehsalın avtomatlaşdırılmasına və istehsalın axınlı təşkili üsullarının tətbiq edilməsinə imkan yaradır. Nəticədə əmək haqqı xərcləri azalır, istehsalın həcmi artması ilə əlaqədar olaraq, məhsul vahidinə düşən qeyri-sabit xərclər azalır.

İstehsalın təşkili – məlum olduğu kimi – konkret sosial-iqtisadi şəraitdə canlı əməyin istehsalın maddi ünsürləri ilə səmərəli əlaqələndirilməsinə dair kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsidir.

Makroiqtisadi səviyyədə istehsalın düzgün təşkili səmərəli sahə strukturunun seçilməsini, ölkənin iqtisadi rayonlarının və iqtisadiyyatın sahələrinin proporsional inkişafını tələb edir. Bu, dövlətin iqtisadi siyasətinin mühüm tərkib hissəsidir.

Sənaye sahələri çərçivəsində istehsalın təşkili onun optimal təmərküzləşməsində, müəssisələrin səmərəli ölçüsünün seçilməsində və əsaslandırılmasında, onların ixtisaslaşdırılmasında, kooperativləşməsində, kombinələşməsində və yerləşdirilməsində təzahür edir.

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin artırılmasının strateji amillərindən biri ölkənin dünya təsərrüfat əlaqələrinə qoşulması, beynəlxalq əmək bölgüsünün imkanlarından istifadədir. Məlumdur ki, ölkələr arasında iqtisadi əlaqələr üçün əsas bir-birini əvəz edən və bir-birini tamamlayan istehsalların mövcud olmasıdır.

Hər hansı bir ölkənin qarşısında duran əsas problemlərdən biri əhalinin məşğulluğudur. Bu baxımdan, iqtisadi resursları təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb etməklə ekstensiv amillər hesabına məşğulluğun təmin olunması istiqamətində müəyyən addımlar atıla bilər. Lakin iqtisadi inkişafın müəyyən səviyyəsində, ekstensiv amillərdən istifadə imkanları azalmağa meyl etdikdə, ölkənin mütləq və müqayisəli üstünlüklərə malik olduğu istehsallar üzrə ixtisaslaşması istehsalın səmərəliliyini artırır. Digər tərəfdən, bu, mövcud resursları daha səmərəli istehsallara cəlb etməyə imkan verir.

Beləliklə, beynəlxalq əmək bölgüsü məhsul istehsalının və xidmətlərin səmərəli bölgüsünə dair ölkələr arasında qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələrinin dərinləşdirilməsini şərtləndirən obyektiv prosesidir. Bu, ölkələr üçün ictimai istehsalın səmərəli sahə və ərazi strukturunun formalaşmasına və milli iqtisadiyyatların daha dərin və sıx qarşılıqlı təsirinə doğru aparır.

Qeyd edilənləri ümumiləşdirərək, belə nəticəyə gəlmək olar ki, istehsalın iqtisadi səmərəliliyinə:

– məhsulun əməktutumunun dəyişməsilə əlaqədar olaraq işçilərin istehsaldan azad edilməsi və ya onların istehsala cəlb olunması;

– məhsulun materialtutumunun dəyişməsi ilə əlaqədar olaraq iqtisadiyyatda əlavə resursların yaranması və ya bu resurslardan məsrəfin çoxalması;

– məhsulun fondtutumunun dəyişməsilə əlaqədar olaraq əsaslı vəsait qoyuluşuna qənaət imkanının yaranması və ya ondan israfçılıq;

– tikinti müddətinin ixtisar edilməsi və onun smeta dəyərinin aşağı salınması və s. bu kimi amillər təsir göstərir.

İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin bütün amillərindən kompleks şəkildə və məqsədəuyğun istifadə iqtisadi artıma nail olmağa, istehsal olunan məhsulun rəqabət qabiliyyətini artırmağa imkan verir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. İqtisadi səmərəliliyin meyarı və meyar göstəricisi nədir? Hansı həcm göstəriciləri haqqında məlumatlısınız?

2. İqtisadi səmərəliliyi necə müəyyən edirlər?

3. Sosial səmərəliliyin mahiyyətini izah edin? Onun hesablanması hansı çətinliklərlə bağlıdır?

4. İstehsal resurslarından istifadənin iqtisadi səmərəliliyini hansı göstəricilərlə müəyyən edirlər?

5. Firmanın kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyini necə hesablamaq olar?

6. İnvestisiya qoyuluşlarının iqtisadi səmərəliliyinin müəyyən edilməsində hansı metodlardan istifadə olunur?

7. Diskontlaşdırma əmsalı nədir?

8. İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinə hansı amillər təsir göstərir?

BÖLMƏ VIII

FİRMANIN XARİCİ İQTİSADI FƏALİYYƏTİ

Fəsil 21. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyəti

1. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin mahiyyəti
2. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin növləri
3. Firmanın idxal-ixrac əməliyyatları
4. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin tənzimlənməsi vasitələri
5. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin gömrük tənzimlənməsi

1. Müəssisənin xarici iqtisadi fəaliyyətinin mahiyyəti

Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin baş tutması üçün onun mənsub olduğu ölkənin iqtisadiyyatının digər ölkələrə açıqlığı əsas şərt-dir. **Bu şərtin ödənilməməsi firmanın da fəaliyyətinin öz ölkəsi kimi «bağlı qapılar» arxasında aparması ilə nəticələnir.**

Ölkə iqtisadiyyatının açıq olması müxtəlif səviyyələrdə – makroiqtisadiyyat, dövlət və mikroiqtisadiyyat – müəyyən xüsusiyyət və əlamətlərə malik olur.

Milli iqtisadiyyatın açıqlığı mikroiqtisadiyyat səviyyəsində:

- a) mülkiyyətinin formasından asılı olmayaraq bütün firmaların xarici əmtəə, kapital və xidmət bazarlarına çıxmalarına təminat verir;
- b) ölkənin iqtisadi subyektlərinin, istisnasız olaraq, hamısına təsərrüfatçılıq üçün əcnəbi «müqabil-tərəf»lərin seçməsində müstəqillik hüququ verir;
- c) xarici iqtisadi fəaliyyət hər bir firmanın özünün təsərrüfatçılığının üzvü tərkib hissəsinə çevirir.

Hər bir ölkənin açıq iqtisadiyyata malik olması – beynəlxalq əmək bölgüsü əsasında – dünya təsərrüfat sisteminə inteqrasiya üçün həlledici şərtidir.

Ölkələrin beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakı onlara ixtisaslaşmanı dərinləşdirməyə, iqtisadi resurslardan istifadə səmərəliliyini yüksəltməyə, ümumi daxili məhsulun həcmi artırmağa imkan verir. Xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafı nəticəsində ayrı-ayrı ölkələr əlavə gəlir əldə edə bilirlər, çünki onlar nisbətən az xərclə istehsal oluna bilən məhsullar üzrə ixtisaslaşmaqla həmin məhsulları nisbətən böyük xərclə istehsal etdikləri məhsullara dəyişə bilirlər.

Ölkələr arasında xarici iqtisadi əlaqələrin yaranması zəruriliyi, əsasən, iki amillə izah olunur. Bunlardan biri, ölkələrin iqtisadi resurslara (torpaq, xammal, əmək, kapital) qeyri-bərabər həcmdə malik olmaları və, ikincisi isə, müxtəlif məhsulların səmərəli istehsalı, fərqli texnologiyalar və ya resursların müxtəlif kəmiyyət kombinasiyasını tələb etməsidir. Ölkələrin malik olduqları belə nisbi üstünlüklər xarici iqtisadi əlaqələrin, xüsusilə də xarici ticarətin inkişafının əsasında dayanır. **Məhdud iqtisadi resurslardan daha çox məhsul əldə olunması məqsədilə təsərrüfatçılığın səmərəli aparılması zəruriliyi, hər bir konkret məhsulun istehsalı iqtisadi resurslara görə nisbi üstünlüklərə malik olan ölkədə həyata keçirilməsini tələb edir.**

Ölkələr arasında bu və ya digər məhsulun istehsalına görə baş verən ixtisaslaşmalar beynəlxalq əmək bölgüsü adlanır. Ümumiyyətlə, xarici iqtisadi əlaqələr beynəlxalq əhəmiyyət daşıdıqlarından, ölkələrin (həm də firma və müəssisələrin) dünya bazarına çıxmalarını şərtləndirir, qarşılıqlı iqtisadi faydanı təmin edir, ticarət əlaqələrini genişləndirir, dünya xalqlarının yaxınlaşmasına xidmət edir, sülh işinə köməklik göstərir və s.

Müqayisəli üstünlüklərə əsaslanan ölkələrarası xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafı ayrı-ayrı məhsul istehsalının ölkələr arasında daha səmərəli yerləşdirilməsinə və bu ölkələrin əhalisinin maddi rifah halının yüksəldilməsinə səbəb olur.

Məlumdur ki, hər bir ölkənin malik olduğu resursların strukturu və texnoloji istehsal üsulları üzrə biliklərinin səviyyəsi eyni deyil, müxtəlif olurlar. İstehsalın texniki-iqtisadi səviyyəsindən asılı olaraq hər bir ölkə hazırlanma texnologiyası və iqtisadi təyinatları eyni olan məhsulları, bir qayda olaraq, müxtəlif məsrəflərlə istehsal edirlər. Buna görə də ölkələrdən hər biri istehsal etmək üçün elə məhsulları seçməlidir ki, onun istehsal xərcləri digər ölkəyə nisbətən az olsun və bu məh-

sulları – özünə nisbətən – digər ölkədə ucuz başa gələn məhsullarla mübadilə edə bilsin. Lakin, onu da qeyd etmək lazımdır ki, bu, həmin ölkənin iqtisadi imkanlarının tamamilə istifadə edildiyi şəraitdə mümkündür. Yəni əgər ölkədə işsizliyin səviyyəsi yüksəkdirsə, təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb olunmamış resurslar mövcuddursa, onda, bir sıra istehsallar nisbətən səmərəsiz olsa da, bunların inkişaf etdirilməsi iqtisadi və sosial-siyasi baxımdan məqsədəuyğundur.

Xarici iqtisadi fəaliyyət iki və daha çox ölkə arasında aparılan istənilən təsərrüfat əlaqələridir. Firmanın xarici iqtisadi əlaqələri isə, onun (firmanın) xarici ölkələrlə ticarət-iqtisadi, istehsal və elmi-texniki əməkdaşlığının, valyuta-maliyyə və kredit münasibətlərinin formalaşmasına istiqamətlənmiş fəaliyyətini nəzərdə tutur. Firmalar özlərinin xarici iqtisadi məqsədlərinə nail olmaq üçün bəzən ölkə daxilində istifadə etdikləri təsərrüfatçılıq formalarından fərqlənən xarici iqtisadi əməliyyatların aparılması formalarını seçməli olurlar. Bu formaların seçilməsinə yalnız qarşıya qoyulmuş məqsədlər deyil, həm də firmanın fəaliyyət göstərəcəyi xarici mühit də xeyli dərəcədə təsir göstərir.

Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətdə əsas kimi qəbul etdiyi məqsədləri üç qrupa bölmək olar: satışın artırılması, resursların əldə olunması, təchizat və satış mənbələrinin diversifikasiyası.

Satış bazarı firmanın məhsul və xidmətlərinə maraqlı olan alıcıların sayı və onların alıcılıq qabiliyyəti ilə məhdudlaşır və ya müəyyən olunur. Lakin bu məsələyə ayrıca bir ölkə çərçivəsində deyil, beynəlxalq miqyasda baxılmalıdır. Belə olan halda məhsulların satılmasında maraqlı insanların sayı və onların alıcılıq qabiliyyətlərinin məcmusu da artar. Nəticə etibarilə bu o deməkdir ki, firma məhsulun daha böyük həcmli satışını və daha yüksək mənfəət səviyyəsini özünə üçün təmin edə bilər.

Müəssisə və firmalar, bəzən, öz ölkələrinin daxili bazarındakı tələbdən yüksək istehsal gücünə malik olurlar. Bu, həm ölkənin öz tələbatlarından artıq olan kəşf edilmiş təbii ehtiyatların həcmi ilə, həm də müəyyən məhsul üzrə konkret istehsal güclərinin miqyası ilə əlaqədar ola bilər. Xüsusən, kiçik dövlətlər böyük dövlətlərə nisbətən xarici ticarətə daha çox meyilli olurlar. Bunun səbəblərindən biri firmanın optimal ölçüsü ilə bağlıdır. Belə ki, bir sıra məhsullar üzrə firma o zaman rentabelli olur ki, o, böyük həcmdə

məhsul istehsal etsin, lakin kiçik ölkədə bu istehsalın həcmninin daxili tələb məhdud olduğundan, onların inkişaf imkanları xarici ticarətlə bilavasitə əlaqədar olur.

Təcrübə göstərir ki, firmada istehsalın həcmi müəyyən həddə qədər hər dəfə artırdıqca istehsal veridirlərinin toplanması və məhsul vahidinə düşən şərti sabit xərclərin azalması hesabına onun vahidinə düşən xərclər 20-30 faiz azalır. Kiçik ölkələrdə bunu, əsasən, öz məhsullarını xarici bazarlara çıxmaqla satışın həcmi artırmaq yolu ilə təmin etmək mümkündür.

Firma və ya müəssisə xarici ölkəyə məhsul ixrac etməklə öz mənfəətini artırma bilər. Lakin bu, həmin ölkədə rəqabət mühitinin səviyyəsi ilə bilavasitə bağlı olur. Belə ki, istehsal olunan məhsul öz ölkəsi üçün texniki və iqtisadi baxımdan məqbul məhsul olsa da, digər ölkə üçün yeni ola bilər. İstehsalçı müəssisə öz məhsulunun satış coğrafiyasını genişləndirmək və habelə məhsulun həyat tsiklinin müxtəlif mərhələlərinə uyğun ölkələr üzrə reallaşdırmaq işini həyata keçirilməklə öz mənfəətini artırma bilər.

Beləliklə, firmanın və ya müəssisənin xarici iqtisadi fəaliyyətinin əsas motivi məhsul satışının miqyasını genişləndirməsidir.

İstehsalçı müəssisələr və distribyutorlar (bölüşdürücülər) kifayət qədər tez-tez zəruri məmulat və xidmətləri, yarımfabrikat və dəstləşdirici məmulatları və habelə son məhsulları xarici ölkələrdən əldə edirlər. Bu addım firmaya, bəzi hallarda xərcləri aşağı salmağa, bəzi hallarda isə öz ölkəsində istehsal olunmayan məhsulları xarici ölkələrdən əldə etməyə imkan yaradır.

Adətən firma və müəssisələr özlərinin satış və mənfəətlərinin səviyyəsində böyük kənarlaşmaların yaranmasına imkan verməməyə çalışır və bu məqsədlə satış və tədarük üçün münasib xarici bazarlar axtarırlar, onların müxtəlif ölkələrdəki iqtisadi inkişaf tsikllərinin uyğun gəlməməsindən istifadə etməyə cəhd göstəririlər. Başqa sözlə, bir ölkədə iqtisadi fəallığın aşağı düşməsi nəticəsində satışın həcmi azalırsa, iqtisadi yüksəliş mərhələsində olan digər ölkədə isə satışın həcmi artır. Nəticədə müəssisə və ya firma, eyni məhsulun bir neçə ölkədə satış bazarına malik olmaqla, hansısa bir ölkədə qiymətin dəyişməsindən və ya tələbin azalmasından yaranan itkiləri ixtisara sala bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkələr arasındakı xarici iqtisadi əlaqələrə, o cümlədən firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinə bir sıra amillər təsir edir. Bu amillərə coğrafi, tarixi, siyasi, hüquqi, iqtisadi və mədəni amillər aiddirlər. Sadalanan amillərin məcmusu xarici mühiti formalaşdırır. Müəssisə və ya firma fəaliyyət göstərəcəyi mühiti, oradakı vəziyyəti düzgün müəyyən etmək üçün qeyd edilən amillər üzrə geniş informasiyaya malik olmalıdır.

Xarici mühiti təşkil edən elementlərdən biri də bazarın durumudur, rəqabətin səviyyəsidir. Rəqabət mühitini məhsulun keyfiyyət parametrlərinin dəyişmə sürəti, istehsalın optimal həcmi, alıcıların sayı, onlardan birinin orta hesabla alıcılıq qabiliyyəti (alış həcmi), alıcıların stabilliyi, yerli və xarici rəqiblərin nisbəti, məhsulların nəqli xərcləri, rəqiblərin məxsusi qabiliyyətləri kimi amillər formalaşdırır.

2. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin formaları

Dünya təcrübəsində xarici iqtisadi əlaqələrin müxtəlif növlərindən istifadə olunur. Bunlardan: **a) beynəlxalq texnoloji istehsal üsulunun divesifikasiyası – məhsulun istehsalı mərhələlərinin müxtəlif ölkələrdə yerləşdirilməsi; b) sənaye məhsulları üzrə idxal və ixrac – beynəlxalq ticarət; c) əcnəbi hüquqi şəxslər və iş adamları ilə müştərək müəssisələrin yaradılması; d) investisiya qoyuluşu üzrə əməkdaşlıq; e) turizm, bank və sığorta işləri üzrə xidmətlər; f) elmi-texniki işləmələr üzrə əlaqələr və s.-ni göstərmək olar.**

Bazar iqtisadi münasibətlərinə keçmiş bütün ölkələrdə firmalar üzərində dövlətin inhisarı aradan qalxdığından xarici iqtisadi əlaqələrin əsas ağırlığı firmaların üzərinə düşür; firma xarici iqtisadi fəaliyyətin əsas həlqəsinə, lokomotivinə çevrilir. Xarici iqtisadi əlaqələr üzrə fəaliyyətin növləri müəssisə və firmalar miqyasında bir qədər də konkretləşir.

Firmalar özləri də xarici iqtisadi məqsədlərini həyata keçirmək üçün xarici iqtisadi fəaliyyətin müxtəlif növlərindən istifadə edirlər. Həmin fəaliyyətin hər hansı birindən istifadə edərkən firma, malik olduğu resursları, həmçinin öz məqsədinin həyata keçirilməsi şərtlərini dəqiq qiymətləndirməlidir. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyət növlərinə idxal və ixrac əməliyyatları, nəqliyyat, lisenziyalaşdırma,

françayzinq, idarəetmə kontraktları, "qıfıl altı" müqavilələri, birbaşa investisiya və portfel investisiyası ilə əlaqədar əməliyyatlar daxildir.

Əmtələrin ixracına yerli istehsalın nəticəsi olan məhsulların ölkə xaricində, idxalına isə xarici ölkələrdə istehsal edilən məhsulların ölkə daxilinə gətirilib satılması aid edilir. İdxal və ixrac əməliyyatları ayrı-ayrı ölkələrin beynəlxalq sövdələşmələrində əsas yer tutur. **Firmanın idxal və ixrac əməliyyatları, adətən, həmin firmanın ilk xarici iqtisadi əlaqələri hesab olunur.** Bu onunla izah edilir ki, belə əməliyyatlarda digər formalara nisbətən resurs sərfi daha az, müəssisə üçün riskin səviyyəsi isə aşağı olur. Firma, xarici iqtisadi fəaliyyətin digər formaları ilə məşğul olduqda idxal və ixrac əməliyyatlarını davam etdirməyə maneələr yaranmır və onu dayandırmaq zərurəti ilə qarşılaşmır.

Xidmətlərin idxalı və ixracı əmtələrin idxal və ixracından fərqlənir. Bu qəbildən olan əməliyyatlardan gəlir əldə etmə xidmətlərin ixracı, onlara görə pul ödəmə isə xidmətlərin idxalı sayılır. Xarici iqtisadi fəaliyyət çoxlu sayda və həm də müxtəlif xidmətləri əhatə edir.

Bunlardan bir qrupuna səyahət, turizm, servis xidməti və habelə nəqliyyat aiddir. Əmtələrin daşınması və turizmdən daxilolmalar avioşirkətlərin, dəniz daşımaları ilə məşğul olan şirkətlərin, bilet və yerlərin əvvəlcədən bronlaşdırılması üzrə agentliklərin, həmçinin mehmanxanaların – göstərdikləri xidmətlərin müqabilində – əldə etdikləri gəlirlərinin əsas mənbəyidir.

Xidmətlərin idxal və ixracında komisiyon əməliyyatlar mühüm yer tutur. Komisiyon əməliyyatlar əcnəbi ölkələrdə bank əməliyyatlarının, sığorta, icarə və ya kirayə, layihə-konstruktor işləri və idarəetmə xidmətləri ilə əlaqədardır. Layihə-konstruktor işləri adətən "qıfıl altı" əməliyyatları çərçivəsində həyata keçirilir ki, bu, kontrakt əsasında istehsal güclərinin (sexin və ya müəssisənin) yaradılmasını və onların hazır vəziyyətdə istifadə etmək üçün sifarişçiyə təhvil verilməsini nəzərdə tutur. İdarəetmə xidmətlərinə görə komisiyon ödəmələri əvvəlcədən bağlanmış idarəetmə kontraktlarının və ya əldə edilmiş razılığın nəticəsində həyata keçirilir ki, buna əsasən bir firma digərinə ümumi rəhbərlik və ya ixtisaslaşdırılmış idarəetmə funksiyalarını yerinə yetirmək üçün menecer heyəti təqdim edir.

Royalti – lisenziya razılaşması adlanan kontrakt (müqavilə) – əsasında xaricdə olan aktivlərin, məsələn, kəşflər, firma nişanları, patentlər, "nou-hau", müəllif hüquqları və digərlərinin istifadəsinə görə vaxtaşırı verilən lisenziya haqqıdır. Qeyri-maddi mülkiyyətin sahibi (lisenziar – patent sahibi) müəyyən müddət ərzində ondan istifadə hüququnu başqa firmaya (lisenziata – lisenziya alana) lisenziya müqaviləsi əsasında verir, lisenziat adətən buna görə lisenziara royalti ödəyir. Əsasən, aşağıdakılar qeyri-maddi aktivlərə (sənaye mülkiyyətinə) aid olunur:

- patentlər, ixtiralar, formullar, proseslər, konstruksiyalar, sxemlər;
- müəllif hüquqları, ədəbi, musiqi və ya rəssamlıq kompozisiyaları;
- ticarət nişanları, firma adları, fabrik nişanları;
- franşizlər, lisenziyalar, kontraktlar;
- metodlar, proqramlar, proseduralar, sistemlər və s.

Adətən lisenziar lisenziata texniki kömək göstərməli, lisenziat isə əldə etdiyi hüquqdan səmərəli istifadə etməli və lisenziara buna görə müqavilədə nəzərdə tutulmuş royaltini ödəməlidir.

Yeni məhsul və texnoloji proses firmanın bazardakı mövqeyinə məhdud zaman kəsiyində təsir göstərir. **Firmanın, xarici ölkədə yeni istehsal güclərinin və satış sisteminin, yaradılmasını təmin etmək baxımından, imkanları lazımı səviyyədə olmadıqda, özünün malik olduğu qeyri-maddi aktivlərini xarici müəssisələrə satmaq-la və ya icarəyə verməklə əlavə gəlir əldə edə bilər.** Bundan əlavə, firma öz istehsalını genişləndirdiyi müddətdə, onun rəqiblərinin texnologiyanı təkmilləşdirməsi nəticəsində malik olduğu üstünlüklərini itirməsi təhlükəsi mövcud olur. Lisenziat, lisenziya müqaviləsinin onun öz gücü ilə analoji texnologiyanın hazırlanmasına nisbətən ucuz başa gəlmiş halda, birinciyə (lisenziyaya) üstünlük verir. Buna görə də, müəssisə malik olduğu qeyri-maddi aktivlərdən özü istifadə etməklə yanaşı, onu digər müəssisə və firmalara sata və ya icarəyə verə bilər.

Royaltinin köməkliyi ilə franşayzing də ödənilir, bu formada bir tərəf – franşayzer (iri müəssisə) digər müstəqil tərəfə – franşayziyə (kiçik müəssisə operatoru), özünün firma nişanından istifadə hüququnu satır. Buna əlavə olaraq, franşayzer uzunmüddətli əsasda öz tərəfdaşına – franşayziyə – yarımfabrikat və dəstləşdirici məmulatlar

göndərmək, idarəetmə xidməti göstərmək və texnologiya vermək yolu ilə ona təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirməkdə də köməklik göstərir.

Firmalar, bir qayda olaraq, ixracda müvəffəqiyyət qazandıqdan sonra, xarici firmalarla lisenziya və ya fransızınq müqavilələri bağlayırlar. Bu addım ixracda nisbətən firmanın öz üzərinə daha böyük məsuliyyət götürməsinə nəzərdə tutur. Böyük məsuliyyət isə, əsasən, firmanın lisenziyanın və ya fransızınqın reallaşdırılması ilə əlaqədar xarici ölkəyə texniki heyət yollaması, lisenziya və ya fransızınq müqaviləsi əsasında qeyri-maddi aktivləri alan firmanın yeni məhsulun buraxılışı üçün öz istehsal gücünü yaratması və ya ona uyğunlaşdırması ilə əlaqədardır.

Müəssisənin və ya firmanın ən əsas aktivlərindən biri də onun təcrübəli və istedadlı menecerləridir. İri kapital qoyuluşlarına və mütərəqqi texnologiyaya baxmayaraq, bir sıra firmalar, xüsusilə az inkişaf etmiş ölkələrdəki dövlət müəssisələri rəhbər və mütəxəssislərin ixtisas və təcrübə səviyyəsinin yetərinə olmaması ilə əlaqədar çətinliklərlə qarşılaşırlar. İdarəetmə kontraktı müəyyən olunmuş haqq müqabilində firmanın öz menecerlər heyətinin bir hissəsinin əcnəbi ölkə firmalarına köməklik göstərmək və ya müəyyən müddət ərzində ixtisaslaşdırılmış idarəetmə funksiyalarını icra etmək məqsədilə göndərilməsini nəzərdə tutur.

İdarəetmə kontraktı üç halın yaranması zamanı bağlanır. Birinci halda ölkədə xarici investisiyalı müəssisə milliləşdirilir, yerli menecerlərin formalaşmasına qədər müəssisənin idarə edilməsi xarici investora həvalə olunur. Bu halda idarəetmənin təşkilati quruluşu dəyişilməz qalır, lakin firmanın idarə heyətinin tərkibi dəyişir. İkinci halda yeni yaradılan müəssisə ilə idarəetmə kontraktı bağlana bilər. Üçüncü halda isə, xarici firma – fəaliyyət göstərən müəssisənin səmərəliliyinin artırılması məqsədilə – öz idarəetmə xidmətlərini təklif edir.

"Qıfıl altı" layihələr müəssisənin tikintisi haqqında kontraktın bağlanmasını nəzərdə tutur. Bu zaman müəssisə istismara hazırlıq səviyyəsinə çatdırıldıqdan sonra əvvəlcədən müəyyən edilmiş dəyerdə onun sahibinə təhvil verilir. "Qıfıl altı" layihələr adətən texnoloji avadanlıqları istehsal edən firmalar tərəfindən həyata keçirilir və yeni tikilən

müəssisə üçün zəruri olan avadanlıqların bir hissəsi də onların özləri tərəfindən təmin edilir. Bir çox hallarda belə layihələrin hazırlanması və yerinə yetirilməsi ilə tikinti təşkilatları da məşğul olurlar.

Qeyd etmək lazımdır ki, "qıfıl altı" layihələrlə, əsasən, iri müəssisələr məşğul olurlar və belə layihələrin dəyəri, adətən, milyonlarla ABŞ dollarına bərabər olur.

"Qıfıl altı" kontraktların bağlanması üçün sifarişçilər layihəni həyata keçirəcək firmanı seçərkən əsasən aşağıdakıları nəzərə alır:

- kontraktın təklif olunan qiyməti;
- idxal olunacaq məhsulların maliyyələşməsi sxemi;
- texnologiyanın və idarəetmənin keyfiyyəti;
- firmanın təcrübəsi və nüfuzu.

Beynəlxalq təcrübədə "qıfıl altı" layihələr üzrə ödəmələr mərhələ-mərhələ – işlər yerinə yetirildikcə ödənilir. İlk ödəmə kontraktın dəyərinin 10-15 faizini təşkil edir, 50-65 faizi layihə üzrə işlərin yerinə yetirildiyi dövrdə, qalan hissəsi isə müəssisə artıq fəaliyyət göstərdiyi zaman kontraktın şərtlərinə görə ödənilir. Son məbləğ müəssisə normal işləməyə başladıqdan sonra ödənilir. Buna görə də belə kontraktlarda müəssisənin normal işləməsini qiymətləndirmək üçün şərtlər əvvəlcədən müəyyən olunur.

Müəssisə və firmaların xarici iqtisadi fəaliyyətinin formalarından biri də kollektiv kontraktlardır. Kollektiv kontraktlar bir firma üçün nisbətən böyük olan və ya müştərək şəkildə istifadəsi səmərəli olan layihələr üzrə bağlanır.

"Hasilatın pay bölgüsü" kontraktları əsasən hasilat sənayesində bağlanır. Belə kontraktların şərtləri adətən ölkənin milli qanunvericiliyində, ya da onlara qanun qüvvəsi verməklə müəyyən edilir. Kontrakt iştirakçıları hasil etdikləri mineral xammalı (neft, dəmir filizi və s.) öz aralarında kontrakta uyğun bölürlər. Bu zaman əldə olunan xammal həm xərcləri ödəməli, həm də müqavilə iştirakçılarına mənfəət əldə olunmasına imkan verməlidir.

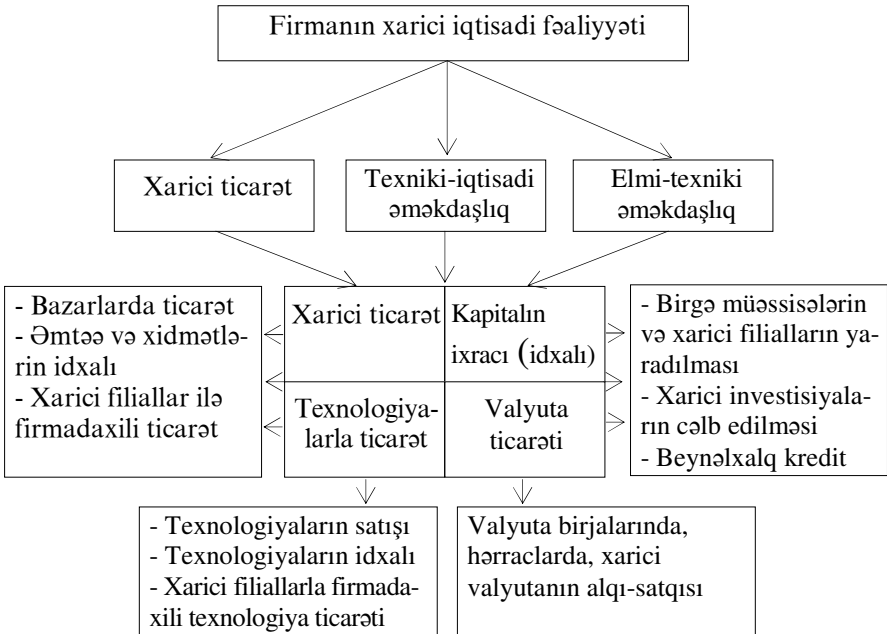
"Servis kontraktları" xarici şirkətin müəyyən haqq müqabilində mineral xammalın kəşfiyyatı və hasilatını aparması üzrə məsələləri əhatə edir.

İqtisadiyyatın başqa sahələrində də kollektiv kontraktların müxtəlif formaları mövcuddur. Məsələn, müxtəlif ölkələrin aviaşirkətləri

ölkələrarası hava marşrutuna müştərək xidmət haqqında kollektiv kontrakt bağlayırlar.

Xarici investisiya mənfəət almaq məqsədilə xaricdə əmlaka sahib olmağı əks etdirir. Bu əmlak əsasən müəssisə daxilində olur. Firma xarici ölkədə müəssisəyə bütövlükdə və ya pay iştirakı ilə onun bir hissəsinə sahib ola bilər.

Firma üçün xarici müəssisəyə tamamilə sahib olmaq daha sərfəlidir. Çünki bu halda müəssisə üzərində nəzarət sadələşir və əldə olunmuş mənfəət tam şəkildə firmaya çatır. Bu bir də ona görə sərfəlidir ki, müəssisədə payı olan digər investorlarla, xüsusilə yerli payçılarla bir çox hallarda müəssisənin inkişaf strategiyasına və dividendlərin bölünməsinə dair fikir ayrılıqları aradan qaldırılır.



Şəkil 21.1. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin formaları

Xarici müəssisəyə tam sahib olmaq bir sıra üstünlüklərə malik olmasına baxmayaraq, firmaların müəyyən pay əsasında xarici müəssisənin fəaliyyətində iştirakı forması da geniş yayılmışdır. Bu bir sıra amillərlə əlaqədar olur və həmin amillərə, əsasən, aşağıdakılar aiddirlər:

– **cöğrafi aspektdə firmanın genişlənmə prosesinin sürətlənməsi.** Bu halda firma daha az investisiya qoyuluşları həyata keçirməklə müxtəlif ölkələrdə iştirak imkanına malik ola bilər;

– **elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işləri bazasının genişlənməsi.** Belə bir vəziyyətdə firma paya malik olduğu müəssisənin tədqiqat bazası hesabına öz innovasiya fəaliyyətini genişləndirməyə nail olur;

– **əlavə resursların cəlb olunması.** Firmanın müəssisənin nizamnamə fondunda paya malik olması digər tərəfdaşların malik olduğu resurslardan istifadəyə imkan yaradır.

Qeyd etmək lazımdır ki, hər hansı bir firmanın məhsul ixracı imkanları məhdud olduqda o, xarici investisiya qoyuluşlarını həyata keçirməyə üstünlük verir və bu zaman, əsasən, bazarın həcmi onun üçün həlledici əhəmiyyət kəsb edir.

Bütövlükdə, **firmanın müştərək müəssisə yaratmaqda məqsədi tərəfdaşın bazar bilik və təcrübəsindən, onun satış şəbəkəsindən, malik olduğu daha səmərəli resurslarından istifadə etmək, risk və xərcləri bölüşdürməkdən ibarət olur.**

Firmanın xarici investisiya qoyuluşları investisiya cəlb edən ölkədə istehsal artırmasına baxmayaraq, bu, çox vaxt həmin ölkəyə idxalı azaltmır. Əksinə, ölkədə yaradılmış müəssisənin maşın və avadanlıqlarla təminatı, onların dəstləşdirici hissə (və bağlama) və əlavə məhsullarla təchizi nəticəsində ixracın həcmi daha da artırır. Belə şəraitdə xaricə istehsal amillərinin hərəkəti xarici ticarəti nisbətən stimullaşdırır və genişləndirir.

3. Firmanın idxal və ixrac əməliyyatları

Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətində idxal-ixrac əməliyyatları əsas yer tutur. İdxal və ixrac əməliyyatları müəssisə tərəfindən xarici tərəfdaşlarla bağlanmış müqavilə əsasında və ya ticarət vasitəçilərinin iştirakı ilə həyata keçirilir.

Firmanın ixrac əməliyyatlarına faktiki ixrac, kreditə ixrac, təkrar ixrac (reeksport), konsiqnasiya (məhsulun komisiyon şərtlərlə satışı) yolu ilə ixrac və müvəqqəti ixrac əməliyyatları aiddir.

Ölkədə istehsal, emal və təkrar emal olunan məmulatların əcnəbi ölkələrə satışı faktiki ixrac adlanır.

Kreditə ixrac faktiki məhsul ixracından sonra haqqı müəyyən şərtlərlə və hər hansı müddət ərzində ödənilən məhsulların ixracını nəzərdə tutur.

Azərbaycan Respublikasının dövlət müəssisələri və əmlakında dövlətin payı 50 faizdən az olmayan digər müəssisələr məhsulların kreditə ixracını, bağlanan müqavilələrin İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirməklə aparırlar. Digər müəssisələr isə, məhsulların kreditə ixracını yalnız gömrük orqanlarında bəyan etməklə həyata keçirirlər. Əgər bu zaman ixrac olunan məhsulun istehsalçısı dövlət müəssisəsidirsə, onda bu məhsulun dəyəri dövlət müəssisəsinə tam ödənildikdən sonra ixrac oluna bilər.

Təkrar ixrac (reeksport) əməliyyatları ölkənin gömrük ərazisinə daxil olan xarici mənşəli malları yenidən emal etmədən digər xarici ölkələrə ixracını nəzərdə tutur. Belə əməliyyatlar üzrə bağlanmış müqavilələr Azərbaycanın beynəlxalq öhdəliklərində tələb olunan hallarda İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə, digər hallarda isə gömrük orqanlarında bəyan edilməklə icra olunur.

Konsiqnasiya yolu ilə ixrac əməliyyatları xarici subyektlərlə bağlanmış müqavilələrə əsasən respublika hüdudlarından kənar müəyyən müddət ərzində satmaq məqsədilə məhsulların ixrac edilməsidir.

Konsiqnasiya komisiyon şərtləri əsasında ticarətin formalarından biridir. Lakin konsiqnasiya adi komisiyon ticarəti deyil və ondan prinsipial şəkildə fərqlənir: adi komisiyon ticarətindən fərqli olaraq əmtənin qiymətini əmtəni ixrac edən (konsiqnat) firma deyil, onun satışını həyata keçirən xarici firma (konsiqnator) müəyyən edir.

Konsiqnasiya ticarəti üçün ayrılan müddət əmtələrin gömrük orqanlarında bəyan edildiyi gündən etibarən 180 günə qədər müəyyən olunur. Satışdan əldə olunan vəsaitlər məhsullar satıldıqca 10 bank günündən gec olmayaraq məhsul ixrac edənin ölkədəki bank hesabına daxil olmalıdır. Məhsullar yuxarıda göstərilən müddətdə satılmadıqda 30 gün ərzində ölkəyə geri qaytarılır. Dövlət müəssisələri tərəfindən məhsulların konsiqnasiya yolu ilə ixracı üzrə, bağlanan müqavilələri İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə aparılır. Digər müəssisələr məhsulların konsiqnasiya yolu ilə ixracını yalnız gömrük orqanlarında bəyan etməklə həyata keçirirlər. Bu zaman

ixrac olunan məhsulun istehsalçısı dövlət müəssisəsidirsə, onun dəyəri istehsalçıya tam ödənilməlidir.

Müvəqqəti ixrac əməliyyatları – xarici ölkələrdə xidmət göstərilməsi, lizinq əməliyyatlarının aparılması, sərgilərdə, yarmarkalarda iştirakı və s. üçün məhsulların – yenidən işlənmədən – ölkəyə qaytarılması şərtilə ixracıdır. Dövlət müəssisələri tərəfindən məhsulların müvəqqəti ixracı əməliyyatları üzrə bağlanan müqavilələr İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə, digər müəssisələr tərəfindən isə gömrük orqanlarında bəyan edilməklə icra olunur.

İdxal əməliyyatları da ixrac əməliyyatlarına müvafiq olaraq növlərə ayrılır. İdxalla məşğul olan firmaların idxal etdikləri məhsulların gömrük dəyərlərinə nəzarəti gömrük orqanları həyata keçirir.

Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətində qeyd edilən idxal-ixrac əməliyyatları ilə yanaşı, barter, kooperasiya əməliyyatları və sərəhəyanı ticarət də mövcuddur.

Barter əməliyyatları dəyəri ödənilmədən ekvivalent məbləğdə qarşılıqlı əmtəə (məhsul) mübadiləsini nəzərdə tutur. Barter əməliyyatlarında ekvivalent məbləğində məhsulların göndərilməsi və alınması müddəti 90 günə qədər müəyyən olunur. Ekvivalent məbləğdə qarşılıqlı əmtəə mübadiləsi əgər göstərilən müddətdə başa çatmazsa, onda hesablaşma müqavilədə göstərilən valyuta ilə 10 bank günü ərzində yerinə yetirilməli və vəsait ixracatçının ölkədəki bank hesabına köçürülməlidir. Əgər qeyd edilən müddətlər ərzində ekvivalent məbləğdə əmtəə alınmadıqda və qarşılıqlı hesablaşma aparılmadıqda alınmamış əmtəənin dəyəri gizlədilmiş gəlir hesab edilir və firma buna görə məsuliyyət daşıyır. Barter əməliyyatları üzrə göndərilən və ya gətirilən məhsulların gömrük bəyannamələrinin bir nüsxəsi əmtəə bəyan olduğu tarixdən etibarən 7 gün ərzində gömrük orqanları tərəfindən müvəkkil banklara və İqtisadi İnkişaf Nazirliyinə göndərilir. Bütün müəssisələr tərəfindən bağlanmış barter müqavilələri İqtisadi İnkişaf Nazirliyində qeydiyyatdan keçirilməklə realizə oluna bilər.

Kooperasiya əməliyyatları xammal, yarımfabrikatlar, məmulatların bu və ya digər (təmir, emal, son məhsul şəklinə gətirmə, qablaşdırma və s.) məqsədlə müvəqqəti olaraq ixracını və ya idxalını nəzərdə tutur.

Sərhədyanı ticarət, müstəsna olaraq, müvafiq sərhədyanı ərazi çərçivəsində istehsal olunan, eləcə də müvafiq sərhədyanı ərazi miqyasında istehlakı nəzərdə tutulan məhsullara yerli ehtiyacların ödənilməsi üçün ölkənin sərhədyanı bölgəsində məskunlaşmış bütün şəxslər tərəfindən, ölkə ilə sərhəd dövlətləri arasında bağlanmış beynəlxalq müqavilələrdə müəyyən olunmuş müvafiq sərhədyanı ərazidə əcnəbi vətəndaşlarla həyata keçirilə bilər.

Azərbaycan Respublikasında məhsulların ixracı, bir qayda olaraq, onların haqlarının qabaqcadan ödənilməsi, yaxud geri çağrılmayan akkreditiv açılması yolu ilə və birinci dərəcəli bankların zəmanəti əsasında həyata keçirilir. Bankların birinci dərəcəlilik əlamətləri beynəlxalq reyting agentliklərinin təminatlarına əsasən Mərkəzi Bank tərəfindən müəyyən edilir. Müəssisə öz məhsullarını ixrac etmək üçün onların haqqının əvvəlcədən ödənilməsi, akkreditivin açılması və ya zəmanətin verilməsini təsdiq edən müvafiq sənədləri gömrük orqanlarına təqdim etməlidir.

Firmanın idxal əməliyyatlarına nəzarəti isə ona xidmət göstərən müvəkkil bank həyata keçirir.

Firma ixrac əməliyyatlarını həyata keçirərkən gömrük orqanlarına aşağıdakı sənədləri təqdim edir:

- hüquqi şəxsin Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən müəyyən edilmiş kodu;
- xarici şəxslərlə bağlanmış müqavilə;
- ixrac olunan məhsulların mənşəyi haqqında sənəd;
- ixrac olunan məhsulların haqqının əvvəlcədən ödənilməsi və ya akkreditivin açılması barədə müvəkkil bankın sənədi;
- gömrük yük bəyannaməsi.

Firma idxal əməliyyatlarını həyata keçirərkən gömrük orqanlarına aşağıdakı sənədləri təqdim edir:

- bağlanmış müqavilə;
- gömrük yük bəyannaməsi;
- idxal olunan məhsulların əmtəə dəyərini müəyyən edən sənəd;
- yol-nəqliyyat sənədləri;
- əmtəənin mənşəyini təsdiq edən sənəd;
- əmtəənin keyfiyyət sertifikatı;
- əmtəənin uyğunluq sertifikatı.

Firma idxal-ixrac əməliyyatlarını həyata keçirməzdən qabaq tərəfdaşı ilə özü arasında qarşılıqlı münasibətləri tənzimləyən geniş əhatəli alqı-satqı müqaviləsi bağlayır.

Xarici ticarət müqaviləsində idxalçı və ixracatçı arasında alqı-satqının bütün şərtləri ətraflı və tam dəqiqliklə öz əksini tapmalıdır.

Müqavilənin mətni, tərəflərin hüquqi adları, bağlandığı vaxt və yerini göstərməklə tərtib edilir.

Müqavilə aşağıdakı bölmələrdən ibarət olur:

Bölmə I. «Müqavilənin predmeti».

Burada xarici ticarətin növü, məhsul göndərmənin təməl şərtləri – əmtənin adı, miqdarı, kəmiyyəti və mənşəyi – göstərilir.

Bölmə II. «Əmtənin keyfiyyəti».

Müqavilənin bu bölməsində əmtənin keyfiyyət xarakteristikası, onun keyfiyyətini təsdiq edən sənəd göstərilir və həmin əmtənin keyfiyyətinin müəyyən olunması qaydası öz əksini tapır.

Bölmə III. «Müqavilənin qiyməti və ümumi məbləği».

Bu bölmədə müqavilənin valyuta qiyməti qeyd edilir, başqa sözlə, tərəflərin təmsil etdikləri ölkələrin valyutaları və bunlardan əlavə üçüncü bir ölkənin valyutası göstərilir. Burada habelə alqı-satqı aktının predmeti olan əmtənin bir ədədinin (litr, metr, ton) qiyməti göstərilməklə müqavilənin ümumi məbləği müəyyən edilir.

Bölmə IV. «Məhsul göndərmə vaxtı».

Xarici ticarət üzrə bağlanan müqavilənin bu bölməsində əmtəni satıcı müəssisənin alıcı müəssisəyə öz əmtəəsini neçə təqvim günü ərzində göndəriləcəyi göstərilir, onun satıcıdan alıcıya çatdırılmasının vaxt intervalı qeyd olunur. Bundan əlavə bu bölmədə məhsulun yola salınma vaxtı ayrıca göstərilir.

Bölmə V. «Məhsul göndərmənin şərtləri».

Müqavilənin bu bölməsində tərəflərin hesablaşmaları hansı valyuta ilə həyata keçirilmələri göstərməlidir. Bundan əlavə burada habelə ödənişin yeri, vaxtı və usulunda qeyd olunur.

Bölmə VI. «Təhvilalma, təhvilvermə».

Burada əmtələrin müqavilədə nəzərdə tutulmuş kəmiyyətdə və keyfiyyətdə təhvilalma və təhvilvermə vaxtları qeyd olunur.

Bölmə VII. «Əmtənin qablaşdırılması və nişanələnməsi».

Bu bölmədə əmtəələrin qablaşdırılması ilə əlaqədar tələbləri haqqında – əmtəənin qablaşdırılması qarşısında qoyulan tələblər, qablaşdırmanın növləri, qablaşdırma şərtləri və s. – tərəflərin razılaşmaları öz əksini tapır.

Bölmə VIII. «Sanksiyalar».

Müqavilənin bu bölməsində müqavilə öhdəliklərinə düzgün əməl etməyən tərəflər üçün müxtəlif sanksiyalar nəzərdə tutulur.

Hansı sanksiyaların tətbiqi üçün hansı sənədlərin zəruriliyi də müqavilənin bu bölməsində mütləq qeyd olunur.

Bölmə IX. «Arbitraj».

Tərəflər arasında yarana biləcək mübahisələrin həlli yolları müqavilənin bu bölməsində öz əksini tapır.

Mübahisələrin yaranması ilə əlaqədar onların (mübahisələrin) həllinin arbitraja veriləcəyi haqqında tərəflərin razılaşması və arbitrajın qərarının qətiliyi də öz əksini məhz bu bölmədə tapır.

Bölmə X. «Fors-major».

Baş verəcəyi əvvəlcədən məlum olmayan fəvqəladə hadisələrdən – təbii fəlakətlər (yanğın, zəlzələ, tufan, və s.), müharibə, blokada, epidemiya, tətillər və s.-dən – hansının tərəfləri öz öhdəliklərini yerinə yetirə bilməyəcəkləri bu bölmədə qeyd olunur.

Bölmə XI. «Sair şərtlər».

Müqavilənin əsas şərtlərindən əlavə tərəflər arasındakı razılaşmalar əsasında onlar özlərinin qarşılıqlı hüquq və vəzifələri haqqında gəldikləri qərar bu bölmədə göstərilir.

Bölmə XII. «Tərəflərin hüquqi ünvanları».

Xarici ticarət müqaviləsinin bölmələrinin sonuncusu olan bu bölməsində tərəflərin hüquqi ünvanları - tam məxsusi adı, yerləşdiyi konkret coğrafi məkan, poçt rekvizitləri və s. göstərilir.

Firma və müəssisələrin xarici-iqtisadi əlaqələrindən biri olan əcnəbi ölkəyə əmtəə ixracı üzrə bağladığı müqavilə onun bu istiqamət üzrə fəaliyyətini nizamlayan mühüm hüquqi sənəddir.

Xarici ticarət üzrə kontrakt bağlayarkən tərəflər məhsulun istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılması zamanı üzərlərinə düşən vəzifələri dəqiq şəkildə müəyyən etməlidirlər. Bu zaman müxtəlif frankolardan istifadə olunur. "Franko" italyan sözü olub əmtəənin satışı (kommeriya) şərtləri mənasında işlənir. Daha doğrusu, burada söhbət əmtəə-

nin istehlakçıya çatdırılması ilə əlaqədar xərclərin (yükləmə-boşaltma, nəqliyyat və hətta, bəzən yükün sığortalanma xərcləri) kimin tərkibindən ödənilməsinin əvvəlcədən şərtləndirilməsindən gedir (bax: cədvəl 21.2.)

Cədvəl 21.2

Franko qiymətlərinin yaranması

Məhsul göndərmə üsulundan asılı olaraq qiymətlərin növləri	Qiymətə daxil edilən nəqliyyat xərcləri
Məhsul göndərənin franko-anbar qiyməti	Məhsulgöndərənin anbarına qədərki nəqliyyat xərcləri
Yola salmanın franko-stansiya qiyməti	Məhsulgöndərənin franko-anbar qiyməti üstəgəl məhsulun göndəriləcəyi stansiyaya çatdırılması ilə bağlı xərclər
Yola salmanın franko-vaqon stansiya qiyməti	Yolasalmanın franko-stansiya qiyməti üstəgəl məhsulun vaqona yüklənməsi ilə bağlı xərclər
Franko-vaqon stansiya təyinatlı qiymət	Yolasalmanın franko-vaqon stansiya qiyməti üstəgəl məhsulun təyinat aldığı stansiyaya çatdırılması ilə bağlı xərclər
Franko-stansiya təyinatlı qiymət	Franko-vaqon stansiya təyinatlı qiymət üstəgəl məhsulun təyinat almış olduğu stansiyada vaqondan boşaldılması ilə bağlı xərclər.
İstehlakçının franko-anbar qiyməti	Franko-vaqon stansiya təyinatlı qiymət üstəgəl məhsulun təyinat aldığı stansiyadan istehlakçının anbarına çatdırılması ilə bağlı xərclər

Frankolardan bəzilərinin tərkibinə nəzər salaraq. Məsələn, əgər istehsalçı öz məhsulunu istehlakçının "məskunlaşdığı" məkanda onun anbarına təhvil verirsə, bu halda bütün xərclər – yükləmə, nəqləmə, boşaltma, məhsulun korlanması riski ilə əlaqədar xərclər əmtənin qiymətinə əlavə edilir. Frankonun bu növü «istehlakçının **franko-anbar qiyməti**» adlanır.

Frankonun başqa bir növü «məhsul göndərənin **franko-anbar qiyməti**» adlanır. Bu halda, müqaviləyə görə məhsulgöndərən məhsulunu öz anbarından istehlakçı müəssisəyə təhvil verir. Əmtələr istehlakçının göndərdiyi vaqona yükləndikdən sonra alıcı müəssisənin mülkiyyətinə çevrilir. Yükün istehlakçıya çatdırılması ilə əlaqədar bundan sonrakı bütün xərclər onun (istehlakçının) üzünə düşür.

Frankonun digər bir növü də "**franko-vaqon stansiya**" qiymətidir. Bu halda, məhsulgöndərmənin şərtinə görə, yük istehlakçının

"məskunlaşdığı" dəmiryolu stansiyasının ünvanına istehsalçı müəssisə tərəfindən göndərilir. Yüku təhvil aldıqdan sonra məhsulun bazarə və ya istehlakçılara çatdırılması ilə əlaqədar məsuliyyət və bütün qalan xərclər alıcı firmanın öhdəsinə düşür.

4. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin tənzimlənməsi vasitələri

Ölkənin iqtisadi inkişaf strategiyasından və mövcud vəziyyətdən asılı olaraq xarici iqtisadi əlaqələrin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi həyata keçirilir. Bu əlaqələrin tənzimlənməsini zəruri edən amillərə, **birincisi**, ölkədə iqtisadi artıma nail olmaq və məşğulluğun təmin edilməsi aiddir. Çünki idxalın həddən artıq liberallaşdırılması nisbətən aşağı rəqabətqabiliyyətinə malik sahələrin müflisləşməsinə gətirib çıxara bilər. **İkinci amil** iqtisadiyyatın strukturunun dəyişdirilməsi və yeni sahələrin qorunması ilə bağlıdır. Bu, əsasən, ayrı-ayrı sənaye sahələrinin prioritet inkişafı ilə əlaqədar olur. Həm yerli bazar, həm də xarici bazar üçün sənaye məhsullarının istehsalı iqtisadi cəhətdən stimullaşdırıla bilər. Belə ki, yeni sahələrin inkişafının ilk dövrlərində bu sahədəki firma və müəssisələrin rəqabətqabiliyyəti nisbətən aşağı olur. **Üçüncüsü**, ölkəyə xarici investisiyanın cəlb edilməsi məqsədilə idxalın məhdudlaşdırılması, investisiya idxalının stimullaşdırılması həyata keçirilə bilər.

Bütövlükdə, xarici iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsi ölkənin iqtisadi və siyasi mövqeyinin möhkəmləndirilməsi ilə əlaqədardır. Bu baxımdan tədiyyə balansının tənzimlənməsinin böyük əhəmiyyəti vardır. Çünki tədiyyə balansının vəziyyəti valyuta kursuna, ölkənin iqtisadi inkişafına ciddi təsir göstərən bir amildir. Bazarda qiymətləri tənzimləmək, yerli istehsalçıların müəyyən məhsul istehsalı üzrə stimullarını azaltmaq, onların müəyyən məhsul istehsalını və satışını xaricdən ölkəyə keçirməsi məqsədilə ixracın həddi məhdudlaşdırıla bilər. **İdxalın məhdudlaşdırılması isə, əsasən, yerli istehsalçıların daxili bazardan sıxışdırılmasının qarşısını almaq, digər ölkənin bu ölkənin istehsalçılarına münasibətdə tətbiq edilmiş məhdudiyətləri aradan qaldırması və s. məqsədi güdə bilər.**

Yuxarıda qeyd olunan məqsədlərə nail olmaq üçün firmaların xarici iqtisadi fəaliyyətinin tənzimlənməsi müxtəlif vasitələrlə həyata keçirilir. Həmin vasitələrin bir hissəsi yalnız məhsulların qiymətinə, bir hissəsi isə, həm də onların həcminə təsir göstərirlər.

Ölkədə xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi vasitələrini aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar.

Birincisi, iqtisadi proseslərə təsir istiqamətləri baxımından tənzimləmə tədbirləri proteksionist və liberal tədbirlərə bölünür. Proteksionist tədbirlər daxili bazarın xarici rəqabətdən qorunmasına yönəlir. Liberal tədbirlər isə əksinə, xarici ticarətdə maneələrin aradan qaldırılmasına istiqamətlənir ki, bu da daxili bazarda xarici firma və müəssisələr tərəfindən rəqabəti gücləndirir.

İkincisi, iqtisadi proseslərə təsir xarakterindən asılı olaraq tənzimləmə tədbirləri inzibati və iqtisadi tədbirlərə bölünür. İn-zibati üsullara xarici iqtisadi fəaliyyətin lisenziyalaşdırılması, kvotalaşdırılması, valyuta tənzimlənməsi və s.-ni aid etmək olar. İqtisadi tənzimləmə üsulları iqtisadi proseslərə onun iştirakçılarının iqtisadi maraqları vasitəsilə təsirə əsaslanır. Bunlara gömrük rüsumlarını, standartların tətbiq edilməsini, inzibati maneələrin aradan qaldırılmasını, xidmətlərin məhdudlaşdırılmasını, valyuta kursunun idarə edilməsini, vergi mexanizmini və s.-ni aid etmək olar.

İxrac-idxal əməliyyatlarının məhdudlaşdırılmasının ən geniş yayılmış formalarından biri kvotaların müəyyən olunmasıdır. **Kvota – müəyyən müddət ərzində konkret əmtənin idxal və ixracına tətbiq olunan dəyər və natural ifadədə yol verilə bilən məhdudyyətləri əks etdirir.** Onun tətbiqi yerli istehsalçıların yerli bazarda təmin edilmiş paya sahib olmaları ilə nəticələnir. İdxal kvotalarının tətbiqi nəticəsində adətən ixracatçı-firmalar məhsul vahidinə daha çox gəlir əldə edirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, idxal kvotaları heç də həmişə yerli istehsalçıları müdafiə etmək məqsədi güdmür, onlardan, bəzən, xarici iqtisadi siyasətin vasitəsi kimi də istifadə edirlər. İdxal kvotaları müxtəlif ölkələr üzrə müəyyən edilir və bununla da idxalın bir və ya məhdud sayda ölkədən asılılığı aradan qaldırılır. Digər tərəfdən, kvotalar müəyyən edilərkən ölkə öz məhsulunu kvota verdiyi ölkəyə ixracı ilə bağlı danışıqlarda ondan (kvotadan) bir vasitə kimi istifadə edir. Qeyd edilənlərlə yanaşı, idxal kvotasının mənfi tərəfi onunla əlaqədardır ki, bir ölkədə istehsal olunmuş məhsulun digər ölkənin kvotası daxilində üçüncü ölkəyə gətirilməsi hallarının müəyyən olunması və bunun qarşısının alınması işi niyədən çətin olur.

İxrac kvotaları yerli istehlakçıları nisbətən ucuz qiymətə kifayət qədər əmtəə ehtiyatı ilə təmin etmək, təbii ehtiyatlardan səmərəli istifadə, həmçinin ixracı məhdudlaşdırmaqla xarici bazarlarda qiyməti qaldırmaq məqsədi daşıya bilər.

İxracın «könüllü» məhdudlaşdırılması və minimal idxal qiymətlərinin müəyyən olunması haqqında müqavilələrin bağlanması vəsi-təsi kimi də kvotalardan istifadə oluna bilər. İxracın «könüllü» məhdudlaşdırılması zamanı ixracatçı idxalçı ölkəyə müəyyən əmtələrin həcmə məhdudlaşdırılması haqqında öz üzərinə öhdəliklər götürür.

Ticarəti qadağan edən kvotalaşdırmanın spesifik tipi embarqo – qadağa adlanır. Embarqo konkret ölkəyə müəyyən məhsul növünün və ya bütün növ məhsulların idxalı və ixracı ilə əlaqədar tətbiq edilə bilər.

Lisenzialaşdırma sistemi dövlətin səlahiyyətli orqanları tərəfindən müəyyən məhsullar üzrə xarici iqtisadi əməliyyatların aparılmasına xüsusi razılığın verilməsini nəzərdə tutur. Müəssisə və ya firma lisenziya almaq üçün, adətən, əvvəlcədən xaricə öz məhsulunun nümunəsini göndərir. Lisenzialaşdırma birbaşa imtina ilə əlaqədar ixrac və ya idxalı məhdudlaşdırır, həm də əlavə xərclərlə, gecikdirmələrlə, qeyri-müəyyənliklə əlaqədar ticarətə mane olur. **Lisenziaların aşağıdakı iki əsas növünü fərqləndirirlər:**

1. Müəyyən müddət ərzində siyahıya daxil edilmiş əmtələrin maneəsiz idxal və ixrac olunmasına icazə verən baş lisenziya. Bu növ lisenziyalar, adətən, bir il müddətinə tətbiq olunur və bir, yaxud bir neçə kontrakt üzrə həyata keçirilə bilər.

2. Müəyyən idxalçıya və ya ixracatçıya konkret əmtəəni, onun miqdarı, dəyəri, göndərildiyi və ya çatacağı ölkə, bir sıra hallarda isə əmtəənin idxal və ya ixracı həyata keçiriləcək gömrük məntəqəsinin ünvanı göstərilməklə, idxal və ixrac əməliyyatlarına icazə verən birdəfəlik lisenziyadır – rəsmi razılıqdır.

Lisenzialaşdırmaya uyğun olan tənzimləmə vasitələrindən biri də valyuta nəzarətidir. Xarici iqtisadi fəaliyyətə valyuta nəzarəti formaları müxtəlifdir. Məsələn, bu formalardan biri valyuta nəzarətinin tətbiq olunduğu ölkəyə idxalçı firmanın idxalın haqqını ödəmək üçün valyuta əldə etmək məqsədilə dövlət orqanına müraciət etməsidir. Valyutanın ayrılması imkanlarının qeyri-müəyyənliyi ilə yanaşı, bu proseduraya sərf olunan əlavə xərc və vaxt da xarici ticarət üçün maneəyə çevrilir.

Xüsusi icazələrin tələb olunması ilə eyni olan vasitələrdən biri də inzibati maneələrdir. İnzibati maneələrin mövcudluğu qeyri-müəyyənlik yaradır və əmtəə-material ehtiyatlarının saxlanması xərclərini artırır. Bu maneələrə məhsulların yoxlanılmasında vaxt itkisinə yol verilməsi, onların sənədləşdirilməsinin gecikdirilməsi, bəzi məhsulların yalnız bir gömrük məntəqəsindən qəbulu və s. aiddirlər.

Xarici ticarəti məhdudlaşdıran maneələrdən biri də idxal olunmuş məhsulun dəyərinin yerli məhsullarla ödənilməsinə olan tələbdir. Belə əməliyyatlar, artıq qeyd edildiyi kimi, barter əməliyyatları adlanır.

Xarici ticarətin məhdudlaşdırılması dövlətin bu əməliyyatlara qarışması ilə əlaqədardır. Bir sıra əcnəbi ölkələrdə firmalar məhsulun satışından mənfəət qazanmaqla yanaşı, həmin məhsulların nəqli, onların sığortalanmasını, konsaltinq və bank xidmətlərini həyata keçirməklə də gəlir əldə edirlər. Bəzi ölkələrdə xarici ticarətlə məşğul olan yerli firmalara belə xidmətlər daha tez və yüksək keyfiyyətdə yerinə yetirilir. Bu işlər, adətən, dövlət tərəfindən yetərinə stimullaşdırılır. Digər tərəfdən, ölkəyə idxal olunan məhsullarla əlaqədar qeyd edilən xidmətlərin yerli müəssisə və firmalar tərəfindən göstərilməsinin tələb olunması da xarici ticarətin tənzimlənməsi vasitələrinə daxildir.

Əgər ölkənin ümumi xərclərində dövlət alış xərclərinin payı yüksəkdirsə, bu, xarici ticarət üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Ölkələrin mütləq əksəriyyətində dövlət sifarişləri əsasında əmtəələr alınarkən yerli istehsalçıların məhsullarına üstünlük verilir. Bəzən dövlət orqanı xarici məhsulu almaq üçün onun qiymətinin yerli məhsulun qiymətindən müəyyən olunmuş kəmiyyətdə aşağı olması tələbini irəli sürə bilər.

Xarici ticarətdə qiymət səviyyəsinə təsir göstərən əsas vasitələrdən biri dövlət tərəfindən müəssisə və firmalara verilən subsidiyalardır. Dövlət yerli firmalara subsidiyaları ayırmaqla onlara öz rəqabətqabiliyyətlərini artırmaq üçün kömək etmək məqsədini güdür. Hökumət çox vaxt firmaların xaricə məhsul ixracı zamanı yaranan zərəri ödəyir, lakin köməklərin əksəriyyəti adətən xarici ticarət əməliyyatlarının ucuzlaşmasına və gəlirliliyinin artmasına yönəldilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, xarici ticarətin tənzimləmə vasitələrindən biri də idxal olunan məhsullara minimum qiymətlərin müəyyən

edilməsidir. Belə ki, ölkələrin əksəriyyətində idxal olunan məhsulun qiymətinin yerli istehsalçıların məhsullarından əhəmiyyətli şəkildə fərqlənməsinə və maya dəyərindən aşağı satılmasına yol verilmir. Əgər idxal olunan məhsulun qiyməti müəyyən olunmuş hədlərdən aşağı satılırsa, onda ona qarşı antidempinq rüsumu tətbiq edilir ki, bu da həmin məhsulların idxalının çətinləşməsi ilə nəticələnir.

Hazırda xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsində kreditləşmədən də geniş istifadə olunur. Burada əsas məqsəd yerli istehsalçıların ixrac fəaliyyətinin genişləndirilməsini təmin etməkdən ibarətdir. Müasir dövrdə ixrac kreditlərinin verilməsində kommertiya bankları ilə müqayisədə dövlət banklarının şərtləri daha güzəştli olur.

Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin sığortalanması ixracın genişləndirilməsinin mühüm vasitələrindən biridir. Sığortalanma sistemi ixracatçıları ticarət əməliyyatlarının həyata keçirilməsi zamanı əmələ gələ biləcək hər cür təhlükələrdən qorumaqda böyük rol oynayır. Dövlət ixracı stimullaşdırmaq üçün sığortalanma sahəsində güzəştlər müəyyən edə bilər. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin tənzimlənməsinin digər mühüm vasitələrindən biri vergi güzəştlərinin tətbiqindən ibarətdir. İxracatçılara vergi güzəştlərinin tətbiq olunması ölkədə həyata keçirilən vergi siyasətindən və vergi sistemindən asılıdır. Belə güzəştlərə bəzi məhsulların ixrac olunmasından əldə olunan mənfəətə görə vergi güzəştlərinin tətbiqi, ixrac olunan məhsulun istehsalı ilə bağlı istifadə olunan lakin idxal edilən xammal, material və dəstəkləyici məmulatların gömrük rüsumları və əlavə dəyər vergisindən azad olması və s. aid ola bilər.

5. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin gömrük tənzimlənməsi

Xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsinin əsas forması gömrük işinin tənzimlənməsi ilə bilavasitə bağlıdır. Firmaların xarici iqtisadi əməliyyatlarının əsas hissəsi gömrük orqanlarında sənədləşdirilir, burada dövlət büdcəsinə zəruri rüsumlar ödənilir və gömrük nəzarətindən keçir. Gömrük orqanlarında əmtəələr və nəqliyyat vasitələri ölkənin gömrük rejiminə uyğun olaraq gömrük sərhədindən keçirilir. Gömrük tənzimlənməsi məqsədilə gömrük rejimlərinin aşağıdakı növləri vardır:

- sərbəst dövriyyə üçün buraxılış;
- təkrar idxal;

- tranzit;
- gömrük anbarı;
- rüsumsuz ticarət mağazası;
- gömrük ərazisində emal;
- gömrük nəzarəti altında emal;
- müvəqqəti idxal (ixrac);
- sərbəst gömrük zonası;
- sərbəst anbar;
- gömrük ərazisindən kənarında emal;
- ixrac;
- təkrar ixrac;
- əmtələri məhv etmə;
- dövlətin xeyrinə əmtədən imtina.

Məhsulların sərbəst dövriyyə üçün buraxılışı onların ölkənin ərazisinə birdəfəlik gətirilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman həmin məhsullara müvafiq gömrük rüsumları, vergilər və digər ödənişlər ödənilir və bununla da iqtisadi siyasət tədbirləri ilə əlaqədar tələblərə riayət olunur.

Qeyd etmək lazımdır ki, **xarici iqtisadi əlaqələr üzrə ölkənin iqtisadi siyasət tədbirlərinə, kvotalaşdırma, lisenziyalaşdırma, limitləşdirmə, minimum və maksimum qiymətlərin müəyyən edilməsi və s.-dən ibarət olan xarici iqtisadi fəaliyyəti stimullaşdıran və ya məhdudlaşdıran tədbirlər aiddir.**

Məhsulların təkrar idxal-ixrac üzrə gömrük rejimi ölkə ərazisindən aparılmış əmtəələrin müəyyən müddətdə gömrük rüsumları və vergilər alınmadan geriye gətirilməsinə əsaslanan rejimdir.

Məhsulların tranziti – əmtəələrin gömrük nəzarəti altında, ölkənin iki gömrük orqanı arasında, o cümlədən xarici dövlətlərin ərazisindən gömrük rüsumları almadan və həmin məhsullara iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən keçirilməsindən ibarət olan gömrük rejimidir. Bu rejim ölkə ərazisini tranzit kimi istifadə edərək məhsulların bir xarici ölkədən digər xarici ölkəyə keçirilməsi zamanı tətbiq edilir.

Gömrük anbarı, gətirilən əmtəələrin anbarlaşdırılması dövründə gömrük rüsumları, vergilər alınmadan və onlara iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən gömrük nəzarəti altında saxlanması ibarət gömrük rejimidir.

Rüsumsuz ticarət mağazası, əmtəələrdən gömrük rüsumları, vergilər alınmadan və onlara iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən ölkənin gömrük ərazisində müəyyən olunmuş yerlərdə (məsələn, beynəlxalq hava və dəniz limanlarında) onların gömrük nəzarəti altında satılmasını nəzərdə tutur.

Gömrük ərazisində əmtəələrin emalı, ixrac gömrük rejiminə uyğun olaraq emal məhsullarının ölkənin gömrük ərazisinin hüdudlarından kənara aparılması şərtilə, iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən və alınmış idxal rüsumları və vergiləri qaytarılmaqla, idxal olunan əmtəələrin ölkənin gömrük ərazisində müəyyən olunmuş qaydada emalına icazə verildiyi gömrük rejimidir.

Gömrük nəzarəti altında əmtəələrin emalı, ölkənin gömrük ərazisində idxal olunan məhsulların gömrük vergiləri və rüsumları alınmadan, həmçinin onlara iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən gömrük nəzarəti altında istifadə edilməsi və sonradan emal məhsullarının sərbəst dövriyyə üçün buraxılışı və ya digər gömrük rejimi altında yerləşdirilməsinə əsaslanır.

Məhsulların müvəqqəti idxalı (ixracı), ölkənin gömrük ərazisində və ya ondan kənarında gömrük rüsumlarından, vergilərdən tamamilə və ya qismən azad olunmaqla, həmçinin iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq etmədən əmtəələrdən istifadə olunmasına yol verilməsindən ibarət gömrük rejimidir. Təbii təsirlərdən aşınma və ya əmtəələrin istifadə edilməsi nəticəsində onlarda baş verən dəyişikliklər, habelə normal şəraitdə daşınma və saxlanma ilə əlaqədar itkilər istisna edilməklə, müvəqqəti idxal (ixrac) edilən məhsullar dəyişməz halda geri qaytarılmalıdır.

Sərbəst gömrük zonası və sərbəst anbar – idxal olunan əmtəələr gömrük rüsumları və vergilər alınmadan, həmçinin iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən, yerli məhsullara isə ixrac gömrük rejimi tətbiq etməklə, onların müvafiq ərazi sərhədlərində və ya binalarda (yerlərdə) yerləşdirilməsi və istifadəsinə əsaslanır.

Əmtəələrin gömrük ərazisindən kənarında emalı, yerli məhsulların iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq etmədən ixrac edib, onlardan ölkənin gömrük ərazisindən kənarında emal üçün istifadə olunmasından və sonra emal məhsullarının – tamamilə və ya qismən – gömrük rüsumlarından, vergilərindən azad etməklə və onlara iqtisadi

siyasət tədbirləri tətbiq etmədən, bu məhsulların ölkənin gömrük ərazisindən sərbəst dövriyyə üçün buraxılışından ibarət gömrük rejimidir.

Məhsulların ixracı onların ölkənin gömrük ərazisinə geri qaytarılması haqqında öhdəlik götürülmədən xaricə aparılmasıdır.

Məhsulların təkrar ixracı – idxal olunan əmtəələrin idxal rüsumları, vergilər alınmadan və ya qaytarılmaqla, həmçinin iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən ölkənin gömrük ərazisindən ixrac olunmasından ibarətdir.

Əmtəələrin məhv edilməsi, idxal olunan məhsulların gömrük rüsumları və vergilər alınmadan onların gömrük nəzarəti altında məhv edilməsindən ibarət gömrük rejimidir.

Dövlətin xeyrinə əmtəədən imtina, gömrük rüsumları və vergiləri alınmadan, həmçinin iqtisadi siyasət tədbirləri tətbiq edilmədən hüquqi və ya fiziki şəxsin məhsuldan imtina etməsinə əsaslanır.

Gömrük tənzimlənməsinin əsasında gömrük tarifləri dayanır. Gömrük tarifləri firmaların xarici iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsinin klassik aləti kimi, gömrük rüsumlarının sistemləşdirilmiş siyahısıdır. Əgər o, ixrac edilən məhsullara tətbiq olunursa, bu, ixrac tarifləri, əgər tranzit məhsullardan alınarsa, bu, tranzit tarifləri, əgər idxal olunan məhsullara tətbiq edilirsə, bu, idxal tarifləri adlanır. Bu zaman gömrük rüsumu, əmtəənin gömrük sərhədini keçərkən ona tətbiq olunan vergi funksiyasını yerinə yetirir və idxal ya da ixrac olunan məhsulların qiymətini artıraraq xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi və quruluşuna təsir göstərir. Səmərəli fəaliyyət göstərən gömrük-tarif mexanizmi – aktiv gömrük siyasətinin keçirilməsinin və ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin qorunmasının əsas şərtidir.

Qeyd edilən gömrük rüsumlarının növləri içərisində ən geniş yayılmışı idxal rüsumlarıdır. İdxal rüsumları idxal olunan məhsulların qiymətinin artırılması vasitəsi kimi çıxış edir və nəticədə xarici analoqları ilə rəqabət aparan yerli məhsullar qiymət üstünlükləri qazanırlar. Öz mahiyyətinə görə, hətta yerli məhsullar xarici analoqları ilə rəqabət aparmırsa belə, gömrük rüsumları daxili bazarı bu rəqabətdən qoruyan vasitədir. Məsələn, əgər ölkənin tədiyə balansı ilə əlaqədar problemləri varsa, onda hökumət valyutaya tələbatı azaltmaq məqsədilə hətta ölkədə yerli məhsullarla əvəz oluna bilinməyən

məhsulların qiymətini yüksəltmək üçün gömrük rüsumunu artırma və bununla da həmin məhsulun istehlakını azalda bilər.

Gömrük rüsumlarından həmçinin dövlət büdcəsi üçün gəlirlərin əldə olunması vasitəsi kimi də istifadə olunur.

Azərbaycan Respublikasında aşağıdakı gömrük rüsumları tətbiq edilir:

– advalor rüsumlar – məhsulun gömrük dəyərində görə faizlə hesablanır;

– spesifik rüsumlar – məhsulların vahidinə görə müəyyən olunmuş dəyərlə hesablanır;

– kombinə edilmiş rüsumlar isə həm məhsulun gömrük dəyərində, həm də onun vahidinə görə pul yığılmasını nəzərdə tutur.

Göstərilən gömrük rüsumlarından advalor rüsumları əsas təşkil edir və ona görə həmin rüsum növü daha geniş tətbiq olunur.

Məhsulların ixracını və idxalını operativ tənzimləmək üçün bəzi əmətlərə mövsümi rüsumlar tətbiq oluna bilər. Bu halda gömrük tarifində nəzərdə tutulmuş gömrük rüsumları dərəcələri tətbiq olunmur. Mövsümi rüsumların qüvvədə olduğu müddət il ərzində altı aydan artıq olmur.

Ölkənin iqtisadi mənafeyini qorumaq üçün idxal edilən məhsullara müvəqqəti olaraq aşağıdakı xüsusi növ rüsumlar tətbiq olunur:

a) xüsusi rüsumlar;

b) antidempinq rüsumları;

c) kompensasiya rüsumları.

Xüsusi rüsumlar, adətən, məhsulların idxalının yerli istehsalçılara ziyan vuran və ya ziyan vura biləcək kəmiyyət və şərtlərlə həyata keçirildiyi halda iqtisadi təhlükəsizlik, bəzi ölkələrin və onların müttəfiqlərinin ölkənin mənafeyinə toxunan ayrı-seçkilik və digər hərəkətlərinə cavab tədbiri kimi tətbiq edilir.

Antidempinq rüsumları idxal olunan məhsulların qiyməti ölkənin gömrük ərazisinə gətirildiyi anda ixrac olunduğu ölkədəki real dəyərindən xeyli aşağı olduğu təqdirdə və belə bir idxal bu qəbildən olan yerli məhsulların istehsalçılarna ziyan vurduqda və onların istehsalının təşkilinə və genişləndirilməsinə maneçilik yaratdığı hallarda tətbiq edilir.

Kompensasiya rüsumları ölkənin gömrük ərazisinə gətirilən məhsulların istehsalı və ixracı zamanı birbaşa və dolaylı subsidiyalar-

dan istifadə olunduqda və bu idxal yerli istehsalçıların iqtisadi mənafeyinə ziyan vura biləcəyi təqdirdə tətbiq olunur.

İdxal-ixrac əməliyyatlarının tənzimlənməsinin üsullarından biri də məhsulların gömrük dəyərinin müəyyən olunması ilə əlaqədardır. Ölkənin gömrük ərazisinə gətirilən məhsulların gömrük dəyəri aşağıdakı üsullarla müəyyən olunur:

- gətirilən məhsulların sövdələşmə qiyməti ilə;
- eyni məhsulların sövdələşmə qiyməti ilə;
- həmcins məhsulların sövdələşmə qiyməti ilə;
- dəyərin toplanması üsulu ilə;
- dəyərin çıxılması üsulu ilə;
- ehtiyat üsulu ilə.

Gətirilən məhsulların gömrük dəyərinin sövdələşmə qiyməti – gömrük sərhədindən keçirilərkən onlar üçün faktiki ödənilmiş və ya ödənilməli olan sövdələşmə qiymətidir, yəni bu qiymət məhsulun alınması və gətirilmə yerinədək çəkilmiş bütün xərcləri əhatə edir.

Eyni məhsulların sövdələşmə qiyməti qiymətləndirilən əmtəələrə hər cəhətdən, o cümlədən fiziki xüsusiyyətlərinə, keyfiyyətinə və bazardakı «nüfuzuna», istehsal edildiyi ölkəyə və istehsalçısına görə fərqlənməyən məhsulların sövdələşmə qiymətidir.

Həmcins məhsulların sövdələşmə qiyməti bütün xüsusiyyətlərinə görə eyni olmayan, lakin qiymətləndirilən məhsullarla iqtisadi təyinatı eyni olan və kommersiya baxımından bir-birini əvəz edə bilən əmtəələrin sövdələşmə qiymətidir.

Dəyərin çıxılması üsulu ilə məhsulun gömrük dəyərini müəyyən etmək üçün, həmin əmtəənin gətirildiyi tarixdən 90 gündən gec olmayaraq ölkə ərazisində eyni və ya eynicinsli məhsulların ən böyük partiyasının satışı ilə qarşılıqlı asılılığı olmayan alıcıya satıldığı zaman məhsul vahidinə müəyyən olunmuş qiymət əsas götürülür. Bu zaman satış qiymətindən ölkədə ödənilmiş komisiya xərcləri, mənfəətə əlavələr, satış xərcləri, məhsulların idxalı və satışı ilə əlaqədar ödənilməli olan idxal gömrük rüsumlarının, vergilərin, yığımların və digər ödənişlərin məbləği, daşınma, yüklənmə, boşaldılma işlərinə, sığortaya sərf olunan xərclər çıxılır.

Dəyərin toplanması üsulu ilə gömrük dəyəri – qiymətləndirilən məhsulun ixrac edən ölkədə istehsal xərclərinin, ixrac edən ölkədən

eyni məhsulları idxal edən ölkəyə satışı üçün səciyyəvi olan xərclərin (nəqliyyat, yükləmə, sığorta və s.), ölkəyə ixracı nəticəsində əldə olunan mənfəətin toplanması yolu ilə müəyyən edilir.

Ehtiyat üsulu vasitəsilə məhsulun gömrük dəyəri beynəlxalq təcrübəyə əsasən müəyyən edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, məhsulun gömrük dəyərinin müəyyən edilməsində yuxarıdakı ardıcılıq gözlənilir. Yəni əgər birinci üsul tətbiq oluna bilmirsə, ikinci üsuldən, əgər ikinci tətbiq oluna bilmirsə, üçüncüdən və s. istifadə edilir.

F İ K İ R L Ə Ş İ N

1. Xarici iqtisadi əlaqələr hansı zərurətdən doğur?
2. Müəssisənin xarici iqtisadi əlaqələrinin hansı istiqamətləri vardır?
3. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin formalarını sayın və onların şərhini verin.
4. İdarəetmə üzrə xarici iqtisadi fəaliyyətin növləri haqqında nə kimi məlumatınız var?
5. Firmanın ixrac əməliyyatlarına – faktiki ixraca, kredit ixraca və reksporta şərh verə bilərsinizmi?
6. Konsiqnasiya və müvəqqəti ixrac əməliyyatlarının mahiyyətini aydınlaşdırma bilərsinizmi?
7. Xarici iqtisadi fəaliyyətin dövlət tənzimlənməsi zəruriliyini izah edin.
8. Ölkənin iqtisadi mənafeyini qorumaq üçün tətbiq edilən xüsusi növ rüsumlar hansılardır?

“Firmanın iqtisadiyyatı”na dair məfhum və anlayışların izahlı lüğəti

A

AÇIQ TIPLİ SƏHMDAR CƏMIYYƏTİ – səhmləri sərbəst sürətdə özgəninkiləşdirilmə hüququna malik səhmdar cəmiyyətidir; cəmiyyətin Nizamnamə fondunun minimum məbləği 4 min manatdan az olmamalıdır.

ADİ SƏHM – səhmdar cəmiyyətinin buraxdığı iki səhm növündən biridir; səhmdar cəmiyyətinin ümumi yığıncağında səs vermək yolu ilə onun idarə olunmasında iştirak etmək, mənfəətindən dividend almaq və səhmdar cəmiyyəti ləğv olunarkən onun əmlakında pay almağa hüquq verən qiymətli kağızdır.

ADVALOR RÜSUM – məhsulun gömrük dəyərinə görə faizlə hesablanan rüsum növüdür. Başqa rüsum növləri ilə müqaisədə (spesifik, kombinə edilmiş) daha geniş miqyasda tətbiq edilir.

AZAD SAHİBKARLIQ ZONASI – ölkə və xarici müəssisə və sahibkarlar üçün güzəştli (əlverişli) vergi, gömrük, investisiya və digər imtiyazlı şərtlər əsasında təsərrüfat fəaliyyəti üçün yaradılmış iqtisadi ərazidir; dünya ölkələri təcrübəsində üç tip sərbəst iqtisadi zonalər mövcuddur: sənaye, iqtisadi və elmi-texniki inkişaf, sərbəst işgüzarlıq zonaları.

AGENT – müəyyən müddət ərzində başqasının tapşırığı və onun hesabına istehsal, satış, tədarük, topdansatış ticarəti üzrə fəaliyyət göstərən (müvəkkililik edən) hüquqi və ya fiziki şəxsdir; agentin əqd sənədlərinə imza etmək hüququ olmur; öz xidmətlərinə görə sifarişçidən – müqavilə əsasında – haqq alır.

AKKORD ƏMƏK HAQQI – işçilərə ödənilən dənəmuzd əmək haqqı formalarından biridir; əmək haqqının bu formasında bağlanmış müqavilədə həcmi, əvvəlcədən müəyyən olunmuş işin tam yerinə yetirilməsinə görə ödənilir.

AKSİZ – əsasən kütləvi istehlak mallarına (şəkər, tütün məmulatları, duz, benzin və s.) dolayı yolla tətbiq edilən və məhsulun qiymətinə əlavə olunan, nəticə etibarı ilə, məhsulun istehsalçısı və ya satıcısının dövlət büdcəsinə ödədiyi vergi növüdür.

AKTİVLƏR – firma, müəssisə və ya şirkətə məxsus olan əmlak və pul vəsaitlərinin – binalar, qurğular, maşın və avadanlıqlar, material ehtiyatları, lisenziyalar, «nou-hau», bank və qiymətli kağızlara qoyuluşlar, patentlər, müəllif hüquqları və s.-nin – məcmusudur; sahibi üçün iqtisadi dəyərə malik olan, fiziki və ya maddi əsası olmayan müxtəlif hüquqlar da aktivlərin tərkib hissələridir.

AKKREDİTİV – firma, müəssisə və şirkətlərin kommertiya əməliyyatları üzrə bankla nağd olmayan hesablaşma sənədidir; o, bankla hesablaşma növlərindən biridir;

ALICI BAZARI – bazarda əmtəə təklifinin tələbi üstələdiyi situasiyadır; belə bir vəziyyətin yaranması iqtisadi baxımdan istehlakçılar üçün faydalıdır.

AMORTİZASIYA – əsas fondların dəyərinin bir qisminin məhsulun istehsalı ilə əlaqədar xərclərə əlavə etməklə onun dəyərinin ödənilməsidir; o, əsas fondların fiziki və mənəvi köhnəlmələrinin pulla ifadəsidir.

AMORTİZASIYA NORMASI – əsas fondun köhnələn hissəsinin bərpası üçün zəruri olan məbləğin həcmi müəyyən edir; onun vasitəsilə əsas fondların dövr etməsi nizamlanır, onların təkrar istehsalı intensivləşdirilir.

AMORTİZASIYA AYIRMALARI – mövcud əsas fondların təmirinə, modernləşdirilməsinə və habelə yeniləri ilə əvəzlənməsinə istqamətləndirilmiş əsas fondların aşınmasının pulla ifadəsidir; bu ayırmalar əsas fondların ilkin dəyərinə görə əvvəlcədən müəyyən olunmuş faizlə hesablanır.

AMORTİZASIYA MÜDDƏTİ – amortizasiya ayırmaları hesabına əsas fondların dəyərinin tam ödənilməsi üçün müəyyən edilmiş vaxt intervalıdır; ondan illik amortizasiya normalarının hesablanması istifadə olunur.

AMORTİZASIYA FONDU – firma və müəssisələrdə köhnəlmiş əsas fondların bərpası və yeniləşdirilməsi üçün nəzərdə tutulan amortizasiya ayırmaları hesabına yaradılan maliyyə mənbəsidir.

AVANS – gələcəkdə alınacaq istehsal vasitələrinə, yerinə yetiriləcək işlərə, göstəriləcək xidmətlərə görə əvvəlcədən ödənilən (verilən) maliyyə vəsaitidir.

B

BALANS DƏYƏRİ – əsas fondların və dövriyyə vəsaitlərinin mühasibat balansında təsbit olunmuş qiymətləridir.

BALANS MƏNFƏƏTİ – məhsulun satışından, qeyri-istehsal xarakterli iş və xidmətlərin icrasından və satışdan kənar əməliyyatlardan (cərimə sahksiyaları və s.) əldə olunan və balansda təsbit olunan gəlirlərin məcmusudur.

BANK – pul vəsaitlərinin toplanması, ödəmələrdə vasitəçilik edən (passiv əməliyyatlar) və qiymətli kağızlar buraxılması, müxtəlif məqsədli ssudaların verilməsini həyata keçirən (aktiv əməliyyatlar) maliyyə – kredit müəssisəsidir; iqtisadiyyatın inkişafına və əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına xidmət göstərən müxtəlif – səhmdar, əmanət, investisiya, kommersiya və s. – bank növləri vardır.

BANK KREDİTİ – əsas kredit növü kimi firma və müəssisələrə və habelə fiziki şəxslərə razılışdırılmış şərtlər əsasında borc kimi verilən pul vəsaitidir.

BANK FAİZİ – istehsal, kommersiya fəaliyyəti və ya digər məqsədlər üçün bankdan verilən kreditə, alınmış borca görə qaytarılacaq məbləğin hesablanması üçün əvvəlcədən məlum olan dərəcədir.

BARTER – istehlak dəyəri, iqtisadi təyinatı müxtəlif olan məhsul və ya məhsul qrupunun dəyərlərinin bərabərliyi şərtilə onların baş-başa mübadiləsidir; dəyəri ödənilmədən, lakin ekvivalent məbləğdə qarşılıqlı məhsulların natural şəkildə qarşılıqlı dəyişdirilməsidir.

BARTER ƏMƏLİYYATI (SÖVDƏLƏŞMƏSİ) – xarici iqtisadi əlaqələrinin inkişaf etmədiyi və ya zəif inkişaf etdiyi həmçinin böhran və valyuta məzənnəsinin qeyri-sabitliyi şəraitində dövlətlər, firma və müəssisələr arasında, öz ehtiyaclarını ödəmək üçün, birbaşa və həmdə natural şəkildə əmtəələrin mübadilə formasıdır.

BAZAR – məhsulların və xidmətlərin alqı-satqısı üzrə müqavilələrin bağlanması yeri; alqı-satqı prosesi, əmtəə və xidmətlərin mübadiləsi ilə əlaqədar iqtisadi əlaqələr, nəticə etibarilə, tələb və təklif əsasında məhsulun qiymətini formalaşdırdığı məkandır; Satılan əmtəə-

lərin növünə görə bazarın istehsal vasitələri, daşınmaz əmlak, qiymətli əşyalar, istehlak malları və xidmət, informasiya və əqli (mə-nəvi) məhsul, innovasiya, kapital, valyuta, qiymətli kağızlar, əmək, iş yeri və işçi qüvvəsi kimi növlərini, ərazi baxımından dünya, ərazi, regional, ölkə və hər bir ölkəyə ayrı-ayrılıqda aid olunmaqla daxili və xarici növlərini və rəqabətin səviyyəsinə görə bazarların yüksək rəqabətli (azad), inhisar rəqabət, oliqopolist, inhisarçı (bağlı) bazar növlərini fərqləndirirlər.

BAZAR İNFRASTRUKTURU – bazara xidmət edən, ona normal fəaliyyət göstərmək üçün köməklik göstərən əmtəə və əmək birjası, banklar və digər kommersiya təşkilatları, onun ayrı-ayrı qurumları (məsələn, əmtəə bazarı, qiymətli kağızlar bazarı, əmək bazarı) aid olunur.

BAZAR İQTİSADIYYATI – tələb və təklif qanunlarının tələblərinə söykənən bazar iqtisadi münasibətləri əsasında azad sahibkarlıq, istehsal vasitələri üzrə çox mülkiyyət müxtəlifliyi bazar qiymət əmələgəlmə, təsərrüfat subyektləri arasında müqavilə əlaqələri, təsərrüfat fəaliyyətinə dövlət müdaxiləsinin məhdudlaşdırılması və s. bu kimi prinsiplərə əsaslanan iqtisadiyyatdır.

BAZAR KONYUNKTURASI – bazarda yaranan iqtisadi situasiyanın və bazarın fəaliyyətinin əsas xüsusiyyətləri; tələbin və təklifin kəmiyyətini, qiymətin səviyyəsini, satışın həcmi, satıcı və alıcıların bazar fəallığını əks etdirən və mövcud olan durumdur, vəziyyətdir.

BİRBAŞA VERGİLƏR – müəssisənin, vergi ödəyicisinin bilavasitə gəlirindən və əmlakından ödənilən vergi növüdür; fiziki şəxslərin gəlir vergisi, müəssisə və təşkilatların mənfəət və əmlak vergiləri birbaşa vergilərdir.

BİRBAŞA XƏRCLƏR – ayrı-ayrı növ məhsulların istehsalı, işlərin görülməsi və xidmətlərin göstərilməsi ilə bilavasitə əlaqədar olan və onların maya dəyərinə müstəqim yolla daxil edilən məsrəflərdir.

BİRGƏ (MÜŞTƏRƏK) MÜƏSSİSƏ – daha yüksək səmərə əldə etmək məqsədi ilə iştirakçıların əmlaklarının birləşməsinə əsaslanan müxtəlif ölkələrin məhsul və xidmət istehsalçılarının xüsusi əməkdaşlıq formasıdır.

BİRJA – müntəzəm fəaliyyət göstərən, həmcins əmtəələrin topdan satışının təşkili formasıdır, bazarıdır; birjada vasitəçilərin iştirakı və

köməkliyi ilə müqavilə qiymətləri əsasında böyük partiyalarla əmtəələrin alqı-satqı aktları əsasında həyata keçirilən kütləvi istehlak olunan əmtəələrin topdan satış ticarətinin xüsusi formasıdır.

BİRJA ƏMƏLİYYATI – məhsul, səhm, istiqraz və digər qiymətli kağızların alqı-satqısı üzrə birjada həyata keçirilən əməliyyatlardır.

BİRJA QİYMƏTİ – fond birjasında növbəti alqı-satqı nəticəsində müəssisələrin səhmlərinin, buraxdıqları istiqrazların və digər qiymətli kağızların, xarici valyutaların formalaşmış dəyəridir.

BİZNES – istehlakçıların tələbatını ödəmək və mənfəət əldə etmək məqsədi ilə təşəbbüskar və bacarıqlı insanların işgüzar əlaqələrinin məcmusudur; o, hüquqi və fiziki şəxslər tərəfindən təbii ehtiyatlardan istifadə etməklə məhsul istehsalı və satışı, xidmətlər göstərilməsi bu işlə məşğul olanlara mənfəət və cəmiyyətə fayda gətirən fəaliyyət sferasıdır; onun istehsal, investisiya, innovasiya, kommersiya və maliyyə və s. əsas növləri vardır.

BİZNES-İNKUBATOR – sahibkarlığa yeni başlayanlar üçün hüquqi, iqtisadi və məsləhətlərlə köməklik göstərən təşkilatdır.

BİZNES-PLAN – marketing tədqiqatları əsasında müəssisənin qarşıya qoyduğu məqsədə çatmaq üçün strateji və taktiki məqsədlərini, istehsalın həcmi, maliyyə proqnozunu, risklərin qiymətləndirilməsini və s.-ni özündə əks etdirən konkret tədbirlər planıdır; onun tərtibində məqsəd istehsal sahibkarlığı üçün maliyyə mənbəi tapmaqla investorları biznes fəaliyyətinə sövq etməkdir.

BÜDCƏ – müəyyən dövr ərzində əldə olunacaq gəlir və çəkiləcək xərclər nisbətinin müqayisəli qiymətləndirilməsi; büdcə iqtisadi inkişaf və sosial tərəqqi üçün vacib olan xərclərin planlaşdırılan gəlirlərlə müqayisəsinin dərin təhlilində və qiymətləndirilməsində istifadə olunur.

BÜDCƏ KƏSRİ – dövlət büdcəsi üzrə xərclərin gəlirlərdən artıq olması; inflyasiya səviyyəsinin yüksəlməsinin dövlət maliyyəsinin böhran vəziyyətinin göstəricilərindən biri.

C

CƏMİYYƏT – aralarında bağlanmış müqaviləyə əsasən, birgə təsərrüfat fəaliyyəti göstərmək məqsədi ilə bir neçə fiziki və (və ya) hüquqi şəxslərin müəyyən müqavilə şərtləri əsasında birləşməsidir və yaxud onların yaratdıqları təşkilatdır.

Ç

ÇEŞİD – firma və müəssisələrin istehsal etdikləri əmtələrin növlərə, tip-ölçülərə, markalara, artikullara və s. əlamətlərə görə ayrılması, təsnifatıdır.

D

DEBİTOR – müəssisə, firma və təşkilatlara pul və ya əmlak borcu olan fiziki və ya hüquqi şəxslərdir.

DEBİTOR BORCLARI – müəssisəyə fiziki və hüquqi şəxslərlə (debitorlarla) birgə təsərrüfat əlaqələri nəticəsində yaranan borcun məbləği.

DEFSİT (QƏHƏT) – nəzərdə tutulan, planlaşdırılan və ya zəruri olan səviyyə ilə müqayisədə vəsaitin, resursun, əmtəənin çatışmaması; məsələn, büdcənin vəziyyəti baxımından, xərclərin gəlirlərdən çox olmasına kəsirli (defisit) büdcə deyilir.

DƏYƏR – əmtəənin qiymətini xarakterizə edən və pulla ifadə olunan göstərici, iqtisadi kateqoriyadır; Əmtəənin istehsalına çıxılən xərclə – maya dəyəri ilə – mənfəəti birlikdə özündə əks etdirən çox mühüm iqtisadi göstəricidir.

DİLƏR – birja əməliyyatlarını vasitəçi rolunda (brokerdən fərqli olaraq) deyil, məhz öz şəxsi hesabına və öz adından çıxış edən, yəni işə öz şəxsi vəsaitini (pulunu) qoyan, qiymətli kağızların, valyutanın, qiymətli metalların alqı-satqısını müstəqil həyata keçirən fond birjasının üzvü olan fiziki və ya hüquqi şəxsdir.

DİSKONT(DİKONTLAŞDIRMA) – ingilis sözü olan diskont «güzəşt», qiymətə güzəşt mənasına uyğundur; iqtisadi məfhum kimi o, qiymətli kağızın cari qiyməti ilə nominal qiyməti (üzərində qeyd olunan) arasındakı qiymət fərqi kimi işlənir; investisiya layihələrinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində isə diskontlaşdırma metodundan istifadə olunur: layihəyə illər üzrə xərclənən pul axınının gələcək illərdə onun reallaşdırılmasından daxil olacaq pul axınının məzənnə fərqləri «ümumi məxrəc»ə gətirilir.

DİSTRİBYUTOR – istehsalçı və istehlakçı arasında vasitəçi kimi, istehsalçı müəssisələrdən məhsulları iri partiyalarla alaraq istehlakçılara, yaxud xırda topdansatış müəssisələrinə satışını təşkil edən fiziki və ya hüquqi şəxsdir.

DİVİDEND – təsərrüfat fəaliyyətinin illik nəticələrinə görə müvafiq vergilər ödənildikdən sonra səhmdar cəmiyyətin səhm sahiblərinə özünün mənfəətindən ödənişdir, onların gəliridir; istehsalın genişləndirilməsinə, ehtiyatların normativ səviyyəyə çatdırılmasına, istiqrazlar üçün faizlərin ödənilməsinə və direktorların mükafatlandırılmasına ayırmalar: bunlar səhmdarların ümumi toplantısının qərarı ilə imüəyyən olunur və icra edilir.

DİVERSİFİKASIYA – əksər hallarda məhdud növdə məhsul istehsalına əsaslanan istehsal quruluşundan geniş profilliyə keçid; diversifikasiya müəssisənin ixtisaslaşma istiqamətinə uyğun gəlməyən və ya funksional asılılığı olmayan başqa müəssisələrin işinə «müdaxiləsidir»; bunun nəticəsində müəssisə mürəkkəb istehsal quruluşlu kompleksə və ya konqlomerata çevrilir, özünün ixtisaslaşma istiqamətini az və ya çox dərəcədə itirir.

DÖVLƏTSİZLƏŞDİRMƏ – dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsi, müəssisələrin idarə edilməsində dövlətin rol və funksiyasının maksimum azaldılması, dövlət orqanlarının bir sıra hüquqlarının müəssisələrə verilməsi, sahibkarlığın inkişaf etdirilməsinin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi prosesidir.

DÖVRİYYƏ FONDLARI – istehsal vasitələrinin elə hissəsidir ki (xammal, material, yanacaq və s.), onlar bir istehsal tsiklində tamamilə istehlak olunur və bu zaman öz dəyərlərini istehsal olunan məhsulun üzərinə bütünlükdə keçirir və natural formalarını itirirlər; özlərinin təyinatına, yaradılma zəruriliyini müəyyən edən amillərin müxtəlifliyinə görə dövriyyə fondları istehsal ehtiyatları, bitməmiş istehsal və gələcək dövrün xərcləri adlanan tərkib hissələrinə ayrılır.

DÖVRİYYƏ VƏSAİTLƏRİ – dövriyyə və tədavül fondlarının yaradılması üçün təyinat olan və bu məqsədlərə sərf olunan pul vəsaitlərinin məcmusu müəssisənin dövriyyə vəsaitləri adlanır.

E

EMBARQO – hər hansı əmtəənin (əmtəələrin) və habelə, valyutanın əcnəbi ölkəyə (ölkələrə) gətirilməsinə dövlət tərəfindən qadağa qoyulmasıdır.

ERQONOMİKA – insanla maşının qarşılıqlı təsirini və insanın maşına uyğunlaşma problemlərini tədqiq edən elm sahəsidir.

Ə

ƏLAVƏ XƏRCLƏR – istehsal və idarəetmə üçün təsərrüfat xidmətinə çəkilən əlavə xərclər; istehsal üçün əsas xərclərə əlavə olaraq, onunla bərabər məhsulun maya dəyərinə daxil edilir.

ƏLAVƏ DƏYƏR VERGİSİ (əslində, «əlavə edilmiş dəyərdən vergi») – məhsulların istehsalı, işlərin görülməsi və xidmətlərin göstərilməsi prosesində yaranan və bunların reallaşmasından yaranan dəyərin bir qisminin müəyyən vergi dərəcəsi ilə büdcəyə ayrılması formasıdır, dolaylı yolnan ödənen vergi növlərindən biridir.

ƏLAVƏ MƏSULİYYƏTLİ MÜƏSSİSƏ – məhdud məsuliyyətli müəssisədən fərqli olaraq, onun təsisçiləri Nizamnamə fonduna qoyduqları və onunla müəyyənləşdirilən və habelə təsisçilərin hamısı üçün eyni olan misli miqdarında məsuliyyət daşıyırlar; təsisçilərdən biri öz payını ödəyə bilməzsə, bu halda, həmin pay iştirakçılar arasında, onların paylarına uyğun nisbətdə bölünür.

ƏLAVƏ EDİLMİŞ DƏYƏR – müəssisə və firmaların təsərrüfat fəaliyyətinin mühüm həcm göstəricisi kimi ümumi məhsuldan, amortizasiya ayırmaları istisna olmaqla, bütün maddi məsrəflərin çıxılması yolu ilə müəyyən edilir; o, iqtisadi məzmununa görə «şərti-təmiz (xalis)» fərqlənir, çünki sonuncu da ümumi məhsulun maddi məsrəflərdən (amortizasiyadan başqa) «təmizlənməsi» yolu müəyyən edilir.

ƏMƏK BİRJASI – işsizlərin işlə və iş yerlərini dəyişmək istəyən şəxslərin yeni iş yerləri ilə təmin edilməsinə köməklik və vasitəçilik edən bazar növüdür; o, işsizləri və vakansiyalı iş yerlərini qeydiyyatata alır və onlar arasından asılılığı tənzimləmək işini həyata keçirir.

ƏMƏK MƏHSULDARLIĞI – konkret əmək növünün vaxt vahidi ərzində az və ya çox məhsul istehsal etmək qabiliyyətidir; müəssisədə əmək məhsuldarlığının hesablanması a) istehsal olunmuş məhsulun həcmi iş vaxtı məsrəfinə, b) iş vaxtı məsrəfinin istehsal olunmuş məhsulun həcminə nisbəti kimi hesablanır; müəssisə miqyasında əmək məhsuldarlığı müəyyən dövr ərzində (ay, rüb, il) istehsal olunmuş məhsulun həcmi işçilərin (əsasən fəhlələrin) orta siyahı sayına bölmək yolu ilə müəyyən edilir; bütünlükdə iqtisadiyyat üzrə ümumi milli gəlirin maddi istehsalda işləyənlərin sayına nisbəti kimi hesablanır.

ƏMƏK HAQQI – işçiyə onun maddi və mənəvi ehtiyaclarını ödəmək üçün əməyinin kəmiyyəti və keyfiyyəti müqabilində ictimai məhsuldan ayrılan və pul ifadəsində verilən hissədir; müəssisələrdə əmək haqqının düzgün təşkili üçün onun iki formasından – işəməzd və vaxtaməzd formalarından istifadə olunur.

ƏMƏK TUTUMU – əmək məhsuldarlığının əks göstəricisidir; əməyin səmərəlilik səviyyəsini səciyyələndirən bu göstərici il ərzində maddi istehsalda sərflənmiş vaxtın miqdarının, istehsal olunmuş məhsulun həcminə nisbəti kimi müəyyən olunur.

ƏMƏK KONTRAKTI – sahibkarla işə götürülən arasında müəyyən şərtlər əsasında (işçinin funksiyası, iş yeri, əmək haqqı, işin başlanma vaxtı və s.) bağlanan müqavilədir, hüquqi sənəddir.

ƏMƏK HAQQININ AKKORD FORMASI – qüvvədə olan vaxt və istehsal normaları əsasında işin ayrı-ayrı əməliyyatlarına görə deyil, onun bütünlükdə həcminə görə qiymətləndirilir və ödənişin məbləği hesablanır; işəməzd əmək ödənişinin bu formasında işin icra vaxtını qısaltmaq üçün fəhlələrin stimullaşdırılması əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə ciddi şəkildə təsir göstərir.

ƏMƏYİN FOND SİLAHLILIĞI – əməyin istehsal əsas fondları ilə təminat səviyyəsini xarakterizə edən göstəricidir; o, fondların orta illik dəyərinin işçilərin orta illik siyahı sayına bölünməsi yolu ilə hesablanır.

ƏMLAK MƏSULİYYƏTİ – mülkiyyətin iqtisadi mahiyyətindən irəli gəlir və firma, müəssisə, təşkilat və vətəndaşlar onlara məxsus əmlakla öz iqtisadi fəaliyyətlərinin nəticələrinə görə məsuliyyət daşıdıqlarını göstərir.

ƏMTƏƏ – bazarda satılmaq və ya mübadilə edilmək üçün istehsal olunan əmək məhsuludur.

ƏMTƏƏLİK MƏHSUL – müəyyən dövrdə (adətən bir ildə), bazarda satmaq üçün müəssisənin istehsal etdiyi məhsulun həcmidir.

ƏMTƏƏ BİRJASI – bazarın növlərindən biri olmaqla maddi dəyərlərin, əsasən xammal, taxıl, neft və neft məhsulları, metall və s. bu kimi əmtəələrin topdan satış ticarətini həyata keçirir.

ƏMTƏƏNİN RƏQABƏT QABİLİYYƏTLİLİYİ – müəssisə tərəfindən bazarda təklif olunan əmtəələrin, rəqabətli bazarın tələbləri üzrə mühüm keyfiyyətlərə, digər analogi əmtəələrlə müqayisədə alıcıların ehtiyaclarını daha dolğun ödəmə qabiliyyətinə malik olma-

sıdır; o, bir tərəfdən əmtənin keyfiyyəti və satışdan sonrakı servis xidməti, istehsalçının imici, tələbin dəyişkənliyi və digər tərəfdən onun qiyməti ilə müəyyənləşir.

ƏMTƏƏ NİŞANI – bir müəssisənin əmtəələrinin digər müəssisənin anoloji əmtəələrindən fərqləndirilməsinə imkan verən müəyyən qayda əsasında qeydiyyatdan keçirilmiş simvoldur; əmtəə nişanından yalnız onun sahibinin istifadə etmək hüququ vardır.

ƏSAS FONDLAR – istehsal prosesində uzun müddət və bütövlükdə iştirak edən, öz natural görkəmini saxlayan və dəyərini istehsal olunan məhsulun üzərinə – köhnəlmə dərəcəsiindən aslı olaraq – hissə-hissə keçirən əmək vasitələridir.

ƏSAS FONDLARIN QALIQ DƏYƏRİ – istehsal prosesi zamanı əsas fondun hələ məhsul üzərinə keçirmədiyi dəyərin həcmi, qiymətləndirmə məqamı üçün onun amortizasiyalanmamış dəyəridir; bu əsas fondun həm ilkin və həm də bərpa dəyərinə görə hesablanı bilər.

ƏSASLI TİKİNTİ – yenilərinin tikilməsi, fəaliyyətdə olanların rekonstruksiyası, yenidən qurulması və modernləşdirilməsi yolu ilə əsas fonların yaradılması və təkmilləşdirilməsi prosesidir.

F

FƏRDİ MÜƏSSİSƏ – sahibkarlıq fəaliyyətinin «klassik» növü, fərdin mülkiyyətinə əsaslanan, mənfəət əldə etmək məqsədilə məhsul istehsalı üzrə fəaliyyət göstərən, təşkilinin sadəliyi ilə fərqlənən təsərrüfat subyekti və hüquqi şəxsdir.

FİRMA – müəyyən mülkiyyətə və hüquqi şəxs səlahiyyətlərinə malik, məqsədi mənfəət əldə etmək olan bir və bir neçə müəssisədən ibarət, məhsulun istehsalı və həmdə satışını həyata keçirən müstəqil təşkilati – təsərrüfat vahididir; o müəssisədən fərqli olaraq istehsalla yanaşı kommərsiya fəaliyyətilə də məşğul olur (öz məhsulunu özü satır); bazarın ilkin həlqəsi olmaqla, rəqabət mübarizəsi aparır və mənfəətin bölüşdürülməsi işini həyata keçirir.

FİRMA NİŞANI – özünü təqdim etmək, reklamlaşdırmaq və tanıtdırmaq üçün onun özü tərəfindən müəyyən edilmiş simvol, şəkil, fərqləndirici rəng və ya işarədir.

FİRMA VƏ MÜƏSSİSƏLƏRİN SƏHMLƏRİ – səhmdar cəmiyyətlər tərəfindən qeyri-məhdud vaxta buraxılan qiymətli kağızlar-

dır. Səhmlər cəhmdar cəmiyyətinin kapitalına müəyyən məbləğdə pul qoyuluşunu təsdiq edən və ötən dövrdə əldə edilən mənfəətin bir hissəsini səhm mülkiyyətçilərinə dividend şəkilində əldə etmək hüququ verən qiymətli kağız növüdür.

FOND BİRJASI – bazarın bir növü kimi qiymətli kağızların razılaşdırılmış müqavilələr əsasında alqı-satqısı üzrə əməliyyatlar həyata keçirən qrupdur.

FONDTUTUMU – fondveriminin əksi olan göstəricidir. İl ərzində istehsal olunmuş məhsul həcmnin əsas fondların dəyərinə nisbəti kimi hesablanır.

FONDVERİMİ – əsas fəndlərdən istifadə səmərəliliyini xarakterizə edən göstəricidir; İstehsal olunmuş məhsulun ümumi dəyərinin əsas fondların orta illik dəyərinə olan nisbəti kimi hesablanır.

FRAXT – yüklərin su yolu daşınmasına görə nəqliyyat sahibinə ödənilən tarifdir, haqdır.

FRANKO – italyan sözü olub «azadolma» mənasına uyğun gəlir; məhsulun yüklənməsi, nəql olunması (bəzən sığortalanması) ilə bilavasitə əlaqədar olan xərclərdən kimin – məhsul satanın və ya onu alanın azad olunmasını frankoların növləri müəyyən edir.

FRANKO-ALICI-MÜƏSSİSƏ – frankonun bu növündə yükləmə, nəqləmə, boşaltma, məhsulun korlanması ilə əlaqədar xərclər onun (məhsulun) qiymətinə əlavə edildiyindən istehlakçı müəssisə həmin xərclərdən azad olunur, məhsul isə istehsalçı tərəfindən istehlakçının anbarına qədər nəql olunur və ona təhvil verilir.

FRANKO-AMBAR (SATICI) – frankonun bu növündə məhsul onu istehsal edənin anbarından istehlakçı müəssisəyə təhvil verilir; yükün alıcının anbarına çatdırılması ilə əlaqədar olan xərclər (yükləmə, nəqətmə, boşaltma) istehlakçı müəssisə tərəfindən çəkilir.

FRANKO-VAQON-STANSIYA – frankonun bu növündə məhsulun istehlakçının məskunlaşdığı stansiyaya çatdırılması ilə əlaqədar xərcləri məhsulgöndərən müəssisə, bundan sonrakı xərclər isə istehlakçı müəssisə tərəfindən ödənilir.

FRANÇAYZER (iri müəssisə) – müstəqil bir kiçik müəssisəyə (françayziyə) özünün firma nişanından istifadə hüququnu satır, öz tərəfdaşı olan – françayziyə yarımfabrikat və dəstləşdirici məmulatlar göndərmək, idarəetmə xidməti göstərmək və texnologiya

verməklə fəaliyyətini həyata keçirməkdə ona yardımçı olan iri firmadır.

FRANÇAYZINQ – iri və kiçik sahibkarlığın qarşılıqlı faydalanmalarına əsaslanan əməkdaşlıq münasibətləridir.

G

GERİYƏ İXRAC – idxal edilməzdən əvvəl emal olunmamış əmtəələrin geriye, xaricə çıxarılması.

GƏLƏCƏK DÖVRÜN XƏRCLƏRİ – müəssisə tərəfindən cari ildə çəkilən lakin, məhsulun maya dəyərinə növbəti aylarda və ya ildə əlavə ediləcək xərclərdir.

GƏLİR – təsərrüfat fəaliyyətinin nəticəsi kimi, ayrı-ayrı şəxslərin, müəssisələrin və dövlətin əldə etdikləri pul vəsaitidir; müəssisənin gəliri onun məhsul istehsalı və satışından, iş görməkdən, xidmət göstərməkdən əldə etdiyi pul vəsaiti realizə olunmasına çəkdiyi xərclərin fərqidir.

GÖMRÜK RÜSUMU – dövlətin milli sərhəddindən keçirilən əmtələrə gömrük tarifi ödənişlərinə müvafiq olaraq gömrük orqanları tərəfindən alınan vergidir.

GÖMRÜK TARİFİ – dövlət sərhədlərindən idxal və ixrac olunan məhsullara görə sistemləşdirilmiş əmtəə qrupları üzrə kömrük ödənişlərinin siyahısıdır..

H

HESABLAŞMA HESABI (BANK HESABI) – müəssisənin və təşkilatların bankda özlərinin sərbəst pul vəsaitlərini saxlamaq və cari xərcləri nağd və qeyri-nağd formada həyata keçirmək üçün açılan hesabıdır.

HÜQUQİ ŞƏXS – qanunvericiliyə müvafiq olaraq, sərbəst səlahiyyət və öhdəlik daşıyıcısı qismində çıxış edən, bankda hesablaşma hesabı və gerbli möhrü olan təşkilat, müəssisə və firmalardır.

X

XALİS MƏHSUL – müəssisə, firma və ya sahənin iqtisadi fəaliyyətinin nəticələrini xarakterizə edən göstəricidir; o, illik ümumi məhsuldan maddi məsrəfləri çıxmaqla hesablanır; özünün iqtisadi

məzmununa görə xalis məhsul ölkənin milli gəliri ilə anoloq təşkil edir; maddi istehsal sahəsində müəssisə və firmalarda istehsal olunan xalis məhsulun məcmuu ölkənin milli gəlirini formalaşdırır.

XARİCİ TİCARƏT SİYASƏTİ – daxili bazarın qorunmasına və ya xarici ticarətin inkişafının stimullaşdırılmasına, onun strukturunun və əmtəə axınının istiqamətinin dəyişdirilməsinə istiqamətləndirilmiş-yönəldilmiş tədbirlər sistemi; beynəlxalq ticarətin tənظیمlənməsinin iki sistemi – proteksionizm və azad ticarət – mövcuddurlar.

XƏRCLƏR – məhsulun istehsalı və tədavülü prosesində müxtəlif növ iqtisadi resursların istifadəsi ilə şərtlənən pul formasındakı məsrəflərdir; müəssisə və firmalarda xərclərin sabit, dəyişən, tam (ümumi), istehsal, tədavül və son hədd xərc növlərini bir-birindən fərqləndirirlər.

İ

İCARƏ – əmlakın müqavilə əsasında, başqasına istifadəyə verən tərəfindən icarədara təsərrüfat və ya digər fəaliyyət üçün əvəzi-haqqı ödənilməklə, razılaşıdırılmış müddətə başqasına istifadə üçün veilməsidir; torpaq, yaşayış və qeyri-yaşayış binaları, istehsal və ticarət müəssisələri, müvəqqəti istifadə olunmayan avadanlıq və nəqliyyat vasitələrinin icarəyə verilməsi daha geniş yayılmışdır; icarəyə verən öz əmlakı üzərində mülkiyyət hüququnu itirmir.

İCARƏ HAQQI – tərəflər arasında razılaşıdırılmış müqavilə əsasında icarəyə verilən əmlakdan istifadə müqabilində, nəzərdə tutulan məbləğin icarəçi tərəfindən icarədara ödənen illik və ya aylıq məbləğdir.

İCARƏDAR – öz əmlakını yerli və xarici ölkələrin fiziki və hüquqi şəxslərinə istifadəyə verən mülkiyyətçilərdir.

İCARƏÇİ – əmlakı icarəyə götürən yerli və əcnəbi ölkələrin fiziki və hüquqi şəxsləridir.

İDXAL – hər hansı bir ölkənin daxili bazarında əmtəələrə, xidmətlərə, qiymətli kağızlara, texnologiyaya, investisiya və s. Tələbatı ödəmək üçün digər ölkələrdən həmin növ resursların gətirilməsidir.

İXRAC – əmtəələrin satış məqsədilə əcnəbi ölkəyə (ölkələrə) çıxarılmasıdır.

İXTİSASLAŞMA – konstruktiv qurluşuna və hazırlanma texnologiyasına görə oxşar, tətbiq sahəsi məhdud və istehsalı uzun dövr təkrarlanan məhsul istehsalının bir müəssisədə təmərküzləşməsidir.

İQTİSADİYYAT – insanların çox geniş miqyaslı fəaliyyət göstərə bildiyi və onların maddi və sosial ehtiyaclarını təmin edən yeganə təsərrüfat sferasıdır.

İQTİSADİ SƏMƏRƏLİLİK – nisbi kəmiyyət olub, istehsal fəaliyyətinin iqtisadi nəticəsi ilə, səmərəsi ilə həmin fəaliyyətlə əlaqədar olan xərclərin müqaisəsi yolu ilə müəyyən olunur; iqtisadiyyatın bütün «mərtəbə»lərində hesablanması çox vacibdir.

İNDİKATİV PLANLAŞDIRMA – sosial-iqtisadi inkişafın proqnozlaşdırılması, seçilmiş prioritetlər üçün zəruri olan iqtisadi şəraitin yaradılmasının elmi cəhətdən əsaslandırılması, iqtisadi təhlil etmək və qiymətləndirmək üçün meyar və göstəricilər sisteminin işlənilib hazırlanması və məlumatlar bankının yaradılması funksiyalarını həyata keçirən tövsiyyə xarakterli planların tərtibidir.

İNFLYASIYA – təklif edilən əmtəə kütləsilə müqaisədə tədavi sferasında pul kütləsinin həddən artıq çoxalması nəticəsində əmtəə və xidmətlərin qiymətlərinin yüksəlməsilə əlaqədar olaraq milli valyutanın məzənnəsinin aşağı düşməsidir.

İNVESTİSIYA – gəlir (mənfəət) və ya sosial səmərə əldə etmək məqsədi ilə sahibkarlıq və digər fəaliyyət növləri üzrə uzun müddətli əsaslı vəsait qoyuluşudur.

İNVESTİSIYA BANKI – iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin maliyyələşdirilməsi və uzunmüddətli kreditləşdirmə ilə məşğul olan bank müəssisəsi.

İVESTOR – mənfəət almaq məqsədilə investisiya layihələrinə uzun müddətli əsaslı vəsait qoyuluşunu həyata keçirən dövlət, təşkilat və sahibkardır – fiziki və ya hüquqi şəxsdir.

İNVENTAR – müəssisə və təşkilatlarda istifadə olunan istehsal alətləri, təsərrüfat əşyaları və müxtəlif ləvazimatlardır; bunların mövcudluğunu və yaralıqlıq vəziyyətini yoxlamaq üçün vaxtaşırı ünventarlaşdırma adlanan tədbir həyata keçirilir.

İNVOYS – idxal olunan məhsulun dəyərini təsdiqləyən və gömrük orqanlarına təqdim edilən sənəddir.

İNFRASTRUKTURA – istehsal və qeyri-istehsal (ticarət, sosial və s.) təyinatlı firmalara, onların normal fəaliyyətini təmin etmək məqsədilə, xidmət göstərən müəssisə və təşkilatların məcmusudur; praktikada istehsal və sosial infrastrukturuları fərqləndirirlər.

İNJİNİRİNQ – müəssisə və firmalara bağlanmış kontrakt əsasında istehsal, kommersiya və elmi-texniki mahiyyət daşıyan mühəndis-məsləhət xidmətlərinin təklif edilməsidir.

İSTEHSAL EHTİYATLARI – dövriyyə fondlarının üç tərkib hissəsindən biri olub istehsalın fasiləsizliyini və ahəngdarlığını təmin etmək məqsədilə yaradılır; onun cari, hazırlıq, sığorta, mövsümi və nəqliyyat ehtiyatları kimi növləri vardır.

İSTEHSALDAXİLİ EHTİYATLAR – müəssisə və firmalarda istehsal potensialından daha səmərəli istifadə etməklə məhsul istehsalının həcmnin artırılması, maya dəyərinin azaldılması, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması üzrə gerçəkləşdirilməsi mümkün olan texniki-təşkilati imkanlardır; o, elmi-texniki tərəqqinin fasiləsizliyi səbəbindən tükənməzdir.

İSTEHSAL PROSESİ – əsas, köməkçi və xidmətedici və habelə təbii əməliyyatların məcmusu olub, onların qarşılıqlı əlaqə və təsiri vasitəsilə xammal və ya materialın hazır məhsula çevrilməsi texnologiyasıdır.

İSTEHSAL TSİKLİ – xammal və ya materialın istehsal prosesinin ilk əməliyyatına daxil olduğu andan hazır məhsulun istehsalının tamamlanmasına qədər davam edən təqvim vaxt intervalıdır.

İSTEHSAL GÜCÜ – elm və texnikanın ən yeni nailiyyətlərinin tətbiqi, istehsalın və əməyin təkmilləşdirilməsi əsasında, əsas fondlardan tam istifadə etməklə müəssisənin il (rüb, ay) ərzində optimal nomenklatura və çeşiddə maksimum məhsul buraxmaq imkanındır.

İSTEHSAL HEYƏTİ – istehsalda icra etdikləri funksiyalarının xarakterinə görə fəhlə, mühəndis-texniki işçi, qulluqçu, kiçik xidmətçi, şagird və mühafizəçiləri özündə birləşdirən əsas fəaliyyət heyətidir.

İSTEHSAL VƏ SATIŞ XƏRCLƏRİ – məhsulun istehsalı və satışına əmək və maddi resurslardan – xammal, material, yanacaq, enerji, əsas fondlardan – məsrəflərin məcmusudur.

İSTEHSAL İNFRASTRUKTURU – bilavasitə maddi istehsala xidmət sferalları – nəqliyyat, rabitə, anbar təsərrüfatı, maddi-texniki təchizat, və s. - istehsal infrastrukturunu hesab olunurlar.

İSTEHSALDAN KƏNAR XƏRCLƏR – istehsal olunmuş məhsulların satışı ilə əlaqədar xərclər; onu istehsal maya dəyərinə əlavə etməklə məhsulun tam maya dəyəri göstəricisi müəyyən olunur.

K

KALKULYASIYA – konkret olaraq bir və ya bir partiya məhsulünün istehsalı və satışına, həmçinin iş və xidmətlərin göstərilməsinə ayrı-ayrı xərc maddələri üzrə maya dəyərinin hesablanmasıdır.

KAPİTAL – mənfəət əldə etmək məqsədi ilə istehsal amillərinin alınmasına xərclənən pul vəsaitidir; kapital istehsalda istifadə olunan avadanlıq, dəzgah, qurğu, nəqliyyat və digər əsas fondların məcmusudur.

KAPİTAL QOYLUŞUNUN ÖZÜNÜ ÖDƏMƏ MÜDDƏTİ – müəssisələrdə istehsal göcünün yaradılmasına və ya genişləndirilməsinə uzun müddətli investisiyanın, bu istehsal gücləri ilə istehsal olunan məhsulların satışından alınan mənfəət hesabına qaytarıldığı zaman kəsiyidir.

KAPİTALTUTUMULUQ – əsas kapitalın müvafiq dövrdə istehsal olunmuş məhsula, ümumidaxili məhsula, milli gəlirə nisbətini səciyyələndirən göstəricidir.

KEYFİYYƏT SERTİFİKATI – əmtənin ekspetizadan keçirməklə səlahiyyətli orqan tərəfindən onun yararlığını təsdiq edən sənəddir (keyfiyyət sertifikatı, əmtəə sertifikatı).

KİÇİK MÜƏSSİSƏLƏR – sənayedə – işçilərin sayı 40 nəfərdən, illik dövriyyənin həcmi 200 min manatdan; kənd təsərrüfatında – işçilərin sayı 15 nəfərdən, illik dövriyyənin həcmi 100 min manatdan; tikintidə – işçilərin sayı 40 nəfərdən, illik dövriyyənin həcmi 200 min manatdan; topdansatış ticarətdə – işçilərin sayı 10 nəfərdən, illik dövriyyənin həcmi 300 min manatdan; digər sahələrdə – işçilərin sayı 5 nəfərdən, illik dövriyyənin həcmi 100 min manatdan yuxarı olmayan müəssisələrdir.

KOMMERSİYA – məqsədi mənfəət əldə etmək olan ticarət və satış fəaliyyəti üzrə sahibkarlıq növlərindən biridir.

KOMMERSİYA BANKI – müqavilə əsasında firma və müəssisə toplanmış pul kapitalı və əmanətlər hesabına bank əməliyyatlarının aparılması və xidmət göstərilməsi ilə məşğul olan kredit təşkilatıdır.

KOMANDİT ORTAQLI (PAYÇI VƏ ŞƏRİKLİ) MÜƏSSİSƏ – şərikin (şəriklərin) və payçı (payçıların) vəsaitləri əsasında formalaşdırılan, hər bir şərikin müəssisənin öhdəlik və borclarına görə özünün bütün əmlakı ilə, hər bir payçının isə yalnız müəssisəyə verdiyi pay

həddində məsuliyyət daşıyan, məqsədi isə mənfəət əldə etmək olan təsərrüfat subyekti və hüquqi şəxsdir.

KOMBİNƏLƏŞMƏ – xammalın ardıcıl emalı mərhələlərinin, xammalın kompleks emalına və tullantılardan istifadə üzrə müxtəlif istehsalların bir müəssisədə birləşdirilməsidir.

KONSALTIŇQ – istehsalçı, satıcı, alıcı və vasitəçilərin maliyyə, xarici iqtisadi əlaqələr, firmaların yaradılması və qeydiyyatı, əmtəə və xidmət bazarının tədqiqi və proqnozlaşdırılması və habelə innovasiyaya fəaliyyətinə dair məsləhətvermə fəaliyyətidir.

KONSIQNASIYA – komissiyon şərtləri əsasında həyata keçirilən ticarət növüdür; lakin o, adi komissiyon ticarətindən prinsipial şəkildə fərqlənir – məhsulun (əmtənin) qiymətini onu ixrac edən firma (konsiqnant) deyil, onun satışını həyata keçirən xarici firma (konsiqnator) müəyyən edir.

KONVERSİYA – müəssisəni, prinsip etibarilə, tamamilə başqa bir məhsulun istehsalına yönəltmək, istiqamətləndirməkdir.

KONTRAKT – iki tərəf arasında müəyyən şərtlər əsasında müəyyən müddətə, birinin digəri qarşısında öhdəliklərini – məsələn, məhsul istehsal etmək, xidmətlər göstərmək və s. üzrə – təsdiq edən sənəddir, müqavilədir.

KOOPERATİVLƏŞMƏ – müəyyən bir məhsulun birgə istehsalı ilə məşğul olan müəssisələr arasındakı uzun müddətli birbaşa təsərrüfat əlaqəsidir.

KÖMÜRÜK RÜSUMU – milli sərhəddən keçirilən məhsullara müəyyən olunmuş tarif dərəcələrinə müvafiq olaraq dövlət tərəfindən alınan vergidir.

KREDİT – qaytarılmaq və faiz ödəmək şərti ilə pul və ya əmtəə formasında kreditorlar tərəfindən verilən borcdur; bunların konkret təyinatlı dövlət, kommertiya, veksəl, ipoteka, kommunal, kənd təsərrüfatı və beynəlxalq və s.kimi növləri vardır.

KREDİTOR – ssudanı fiziki və ya hüquqi şəxslərə təqdim edən və debitorndan öhdəliklərinin yerinə yerinə yetirilməsini tələb etmək hüququna malik fiziki və ya hüquqi şəxsdir.

KREDİTQABİLİYYƏTLİLİK – borc alan fiziki və ya hüquqi şəxslərdə kreditin alınması və qaytarılması imkanlarının olmasıdır; fiziki və ya hüquqi şəxsin kreditqabiliyyətliliyini onların iqtisadi vəziyyəti müəyyən edir.

KREDİTOR BORCLARI – müəyyən edilmiş müddətdə kreditlərə qaytarılmalı olan, müəssisələr, firmalar və təşkilatlar tərəfindən cəlb olunan pul vəsaitidir.

KREDİT SİSTEMİ – kredit hesablaşma münasibətlərini nizamlayan, kreditləşdirmənin forma və metodlarının tətbiqinə nəzarət işini həyata keçirən kredit-maliyyə institutlarının məcmusudur.

KVALİMETRİYA – keyfiyyətin kəmiyyətcə qiymətləndirilməsi haqqında elmdir.

KVOTA – müəyyən müddət ərzində konkret məhsulun (əmtənin) idxal və ixracına tətbiq edilən dəyər və natural ifadədə yol verilə bilən məhdudiyətlərdir.

Q

QAPALI TIPLİ SƏHMDAR CƏMIYYƏTİ – səhmlərinin satılması zamanı öz səhmdarlarına üstünlük verilən, Nizamnamə fondu 2 min manatdan az, səhmdarlarının sayı isə 50 nəfərdən çox olmayan müəssisədir; səhmdarlar özlərinin verdikləri pay həcmində müəssisə öhdəliklərinə görə məsuliyyət daşıyırlar.

QEYRİ-MADDİ AKTİVLƏR – fiziki əsasları (ölçüləri) olmasada, insan əməyinin məhsulu və deməli dəyərin daşıyıcıları olduqlardan, onlarda fiziki əsası olan əsas fondlar kimi öz dəyərlərini tədricən itirirlər; patentlər, əmtəə nişanları, ticarət markaları, lisenziyalar, bəzi hüquqi aktlar (torpaq və təbii resurslar, ixtiraçılıq və müəlliflik və s.), «nou-hau» - bütün bunlar qeyri-maddi aktivlərdir.

QIYMƏT – məhsul və xidmətlərin istehsalı və reallaşdırılması ilə əlaqədar ictimai-zəruri xərcləri dəyər ifadəsində əks etdirən, iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış səviyyədə müəssisənin mənfəətini təmin edən, tələb və təklif arasında nisbi tarazlığı tənzimləyən, elastiki dəyişkənlik xassəsinə malik mühüm iqtisadi kateqoriyadır.

QIYMƏTLİ KAĞIZ – hər-hansı əmlaka, pul məbləğinə mülkiyyətçilik hüququnu təsdiq edən sənəddir.

L

LİKVIDLİK – bir və ya bir neçə fiziki və ya hüquqi şəxs qrupunun öz maliyyə öhdəliklərini ödəmək qabiliyyətini əks etdirən iqtisadi göstəricidir.

LİMİT – təbii və istehsal resurslardan istifadənin, alqının, satqının, kreditin və digər əməliyyatların həcminin, idxal və ixracın, əmək haqqı ödənişinin, valyuta mübadiləsinin kəmiyyətə məhdudlaşdırılması və ya maksimum yol verilə bilən həddidir.

LİSENZİYA – dövlət idarə orqanları tərəfindən idxal-ixrac əməliyyatlarının aparılmasına icazə verilməsi haqqında xüsusi sənəddir; texniki sənədlərdən və ya patentli ixtiralarından istifadə etmək üçün patent sahibinə verilmiş hüquqdur.

LİZİNQ – maşın, dəzgah, avadanlıq, nəqliyyat vasitələrinin və s., icarəçi tərəfindən gələcəkdə satın alınması imkanını da nəzərdə tutan və 5-8 il müddətinə icarədara istifadəyə verilməsidir.

M

MAKROİQTİSADİYYAT – məcmuu təklif və tələbin formalaşması, milli gəlirin və ümumi milli məhsulun istehsalı dinamikasındakı dəyişiklikləri, hökumətin büdcə və Milli Bankın pul siyasətinin iqtisadi artıma, inflyasiyaya, işsizlik problemlərinə, beynəlxalq ticarətin inkişafı və qiymətin səviyyələrinə təsirlərini tədqiq edən elm sahəsidir.

MALİYYƏ İNTİZAMI – müəssisə, firma, təşkilat və fiziki şəxslər üçün gözlənilməsi və riayət olunması vacib (məcburi) sayılan maliyyə fəaliyyətinin aparılması qaydalarıdır.

MARKETİNQ – müəssisənin məhsulun işlənməsi (layihələndirilməsi), mənimsənilməsi, istehsalı və satışı üzrə fəaliyyətinin idarə olunmasına yönəldilmiş tədbirlər kompleksidir; bazarın konyunkturasının tədqiqi və təklifə aktiv təsir etməklə istehsal olunmuş məhsulun satış miqyasını genişləndirməyə yönəldilən qarşılıqlı asılıqda və vəhdətdə olan tədbirlərin məcmusudur.

MAYA DƏYƏRİ – məhsul istehsalına sərf olunmuş maddi və əmək məsrəflərinin pulla ifadəsi, onun (məhsulun) dəyərinin bir hissəsidir.

MEQOİQTİSADİYYAT – dünya iqtisadiyyatı, başqa sözlə, beynəlxalq iqtisadiyyatın problemlərini tədqiq edən elm sahəsidir.

MENECER – əmtələrin istehsalı və onların istehlakçıya çatdırılması proseslərinin təşkil edilməsi sahəsində peşəkar biliyə və bacarığa malik idarəedici-mütəxəssisdir.

MENECMENT – istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsi məqsədilə elm və praktikanın nailiyyətlərindən istifadə etməklə

müəssisənin təsərrüfat fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi üzrə vasitə, üsul, forma, metod və prinsiplərinin məcmusudur.

MEZOİQTİSADİYYAT – biri-birilə təsərrüfat əlaqələri ilə bağlı olan sahə komplekslərinin (aqrar-sənaye, yanacaq-energetika, metallurgiya, hərbi) iqtisadiyyatıdır, makroiqtisadiyyatın tərkib hissəsi, onun yarım sistemidir, xüsusiləşmiş elm sahəsidir.

MƏHDUD MƏSULİYYƏTLİ MÜƏSSİSƏ – bir və ya bir neçə fiziki və (və ya) hüquqi şəxs(lər) tərəfindən təsis olunan, Nizamnamə fondu təsis müqaviləsi ilə paylara bölünən təsərrüfat subyektidir; müəssisənin öhdəliklərinə görə onun təsisçiləri yalnız Nizamnamə fonduna qoyduqları paylar həddində məsuliyyət daşıyır, müəssisədən çıxan təsisçi öz payını geri almaq hüququndan istifadə edə bilər.

MƏNFƏƏT – müəssisənin sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyini xarakterizə edən yekun maliyyə göstəricisidir və ümumən məhsulun qiyməti və maya dəyəri arasındakı fərq kimi hesablanır; müəssisənin mənfəəti məhsulun satışından əldə edilən gəlirlə satılmış məhsulun maya dəyəri arasındakı fərkdir; mənfəətin balans, ümumi, hesabat (vergiyə cəlb edilən) və xalis (təmiz) kimi növlərini fərqləndirirlər.

MİKROİQTİSADİYYAT – iqtisadiyyatın istehsal sahələri, müxtəlif müəssisə və firmaları, bankları, ev təsərrüfatı kimi strukturlarını və onların ünsürlərinin fəaliyyətini tədqiq edən elm sahəsidir.

MÜƏSSİSƏ – iqtisadiyyatın ilkin həlqəsi olub, müəyyən mülkiyyətə və kollektiv əməyə əsaslanan, ictimai təlabatı ödəmək və mənfəət əldə etmək məqsədilə məhsul istehsal edən, iş görən və xidmətlər göstərən, istehsal-texniki və təşkilati-iqtisadi vəhdətə malik olan müstəqil təsərrüfat subyekti, hüquqi şəxsdir.

MÜƏSSİSƏNİN MALİYYƏ VƏZİYYƏTİ – təsərrüfat subyektlərinin normal iş fəaliyyətini təmin edən dövlət, firma, və fiziki şəxslərlə hesablaşmaların aparılması üçün zəruri olan maliyyə resursları və pul vəsaitlərinin mövcudluğudur.

MÜFLİSLƏŞMƏ – firma və müəssisələrin borc öhdəliklərini yerinə yetirə bilməsinin nəticəsidir; təsərrüfat subyektinin müflisləşməsi məhkəmənin qərarı ilə müəyyən edilir.

MÜQAVİLƏ – tərəflərin könüllü razılığı ilə onlardan hər birinin öz üzərlərinə götürdükləri təsərrüfat münasibətlərini rəsmiləşdirən

sənəddir; müqavilənin məhsul göndərmə, alqı-satqı, sığorta və s. kimi növləri vardır.

MÜQAVİLƏ QIYMƏTİ – əmtəənin istehsalçısı və istehlakçısı arasında müqavilə şərtləri əsasında müəyyən olunur.

N

NİZAMNAMƏ KAPİTALI (FONDU) – müəssisə, firma və ya cəmiyyətin nizamnaməsində qeyd olunmuş ilkin kapitalın məbləği-dir; o, təsisçilərin öz səhmlərin satışından əldə olunan pul vəsaitləri hesabına formalaşır.

«**NOU-HAU**» – bu və ya digər istehsalın təşkili üçün zəruri olan, lakin patentləşdirilməmiş elmi-texniki, istehsal-texnoloji, maliyyə-iqtisadi, idarəetmə və kommersiya əhəmiyyətli biliklərin, vərdiş və təcrübələrin məcmusudur.

O

OLİQOPOLİYA – az sayda iri firmaların məhsul istehsalında və bazarda hökmran mövqeyə malik olmasıdır.

Ö

ÖZƏLLƏŞDİRMƏ – əmlakın, yaşayış evlərinin, mənzillərin, torpağın, təbii resursların, istehsal vasitələrinin dövlətin mülkiyyətindən ayrı-ayrı şəxslərin, firma və müəssisələrin səhmdar cəmiyyətlərin mülkiyyətinə – qanunvericiliklə müəyyən olunmuş qaydada – verilməsi prosesidir.

ÖZ XƏRCİNİ ÖDƏMƏ – bütün xərclərin xüsusi gəlirlər hesabına ödənilməsi mümkünlüyüdür; müəssisələrin əsas təsərrüfatçılıq prinsipindən biridir.

ÖZÜÖDƏMƏ QABİLİYYƏTİ – müəssisə və firmanın təsərrüfatçılıq prinsiplərindən biri olub, müəssisənin öz xərclərini öz gəlirləri ilə örtə (ödəyə) bilmək qabiliyyətini səciyyələndirən göstəricisidir.

P

PATENT – ixtiraçıya dövlətin müvafiq orqanı tərəfindən onun müəllifliyini təsdiq edən və öz ixtirasından yalnız özünün istifadəsinə hüquq verən rəsmi sənəddir, şəhadətnamədir.

PENYA – öz öhdəliklərini yerinə yetirməyən tərəfi, borclu tərəfi borcunu ödəməsi üçün tətbiq olunan sanksiyadır, cərimədir.

PƏRAKƏNDƏ SATIŞ QİYMƏTİ – ticarət şəbəkələri, sahibkarlar tərəfindən əmtələrin əhaliyə satıldığı qiymətdir; o, əmtənin topdan satış qiymətinə ticarət təşkilatlarının mənfəətini (onlara edilən güzəşti) əlavə etmək yolu ilə müəyyən olunur.

PLAN – proqramda göstərilmiş vəzifələrin rəvan, bir qaydada yerinə yetirilməsi üçün işlənib hazırlanmış konkret tədbirlər sistemidir.

PROQNOZ – perspektiv dövr üçün iqtisadi inkişafın əsas problemlərinin həlli yollarına, prioritet sahələrin inkişaf istiqamətlərinə, strateji məqsədlərə nail olmaq üçün zəruri olan vəzifələrin yerinə yetirilməsinə dair elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsəvvür, mülahizə və tövsiyələrdir.

PROQRAMA – dövlət, firma, müəssisə, təşkilat tərəfindən müəyyən dövr ərzində icrası nəzərdə tutulan təsərrüfat tədbirləri üzrə məqsəd və vəzifələrin məcmusudur.

R

REEKSPORT – bir ölkənin kömrük ərazisinə daxil olan xarici məmulatların yenidən emal etmədən digər xarici ölkəyə təkrar ixracıdır.

REİNVESTİSİYALAŞDIRMA – gəlir kimi əldə olunmuş vəsaitin (məsələn, dividendin) investisiya qoyuluşuna yönəldilməsidir; müəssisənin öz mənfəətini istehsalın genişləndirilməsinə xərcləməsidir.

REKLAM – müəssisə və firmaların öz məhsullarının istehlak xüsusiyyətləri və qiymətləri haqqında – onlara olan tələbatı çoxaltmaq və onların satışını tezləşdirmək məqsədilə – məlumatlar yaymasıdır.

REKLAMASIYA – keyfiyyətsiz məhsul və ya öz öhdəliklərini tərəflərdən birinin lazımınca yerinə yetirməməsi səbəbindən digər tərəfin ona əsaslandırılmış etiraz və iddiası haqqında təqdim olunan kommersiya sənədidir; istehsalçıya ünvanlanan reklamasiya məhsulun keyfiyyəti və kəmiyyətindəki çatışmazlıq, ödəniş qaydalarının pozulması, onların çətdirilməsi müddətinə riayət olunmaması səbəblərindən irəli gəlir.

RENOVASIYA – müəssisədə fiziki və mənəvi cəhətdən köhnəlmiş, istifadəsi iqtisadi cəhətdən sərfəli olmayan əsas fondların yenilənilə əvəz edilməsi prosesidir.

RENTABELLİK – müəssisənin və sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyini, gəlirliliyini xarakterizə edən göstəricidir; o, mənfəətin əsas fondların orta illik dəyər ilə normalaşdırılan dövriyyə fondların dəyərinin cəminə bölünməsi yolu ilə hesablanır.

RƏQABƏT – məhsul istehsalçıları arasında daha yüksək nəticələr uğrunda, bazar subyektləri arasında bəhsləşmədir; yüksək mənfəət əldə etmək məqsədi ilə satış bazarı uğrunda mübarizədir.

ROYYALTİ – lisenziya razılaşması kontaktı – əsasında xaricdə olan aktivləri, məsələn, kəşflər, firma nişanları, patentlər, «nou-hau», müəllif hüquqları və digərlərindən istifadəyə görə vaxtaşırı və ödənilən lisenziya haqqıdır.

S

SAHİBKARLIQ – insanların təşəbbüskar, sərbəst, qanunvericilik əsasında cəmiyyətin maddi nemət və xidmətlərə ehtiyaclarını ödəmək üçün ixtisaslaşan, məqsədi mənfəət əldə etmək olan təsərrüfatçılıq fəaliyyətidir.

SANASIYA – müəssisə və firmaların müflisləşməsinin qarşısını almaq və ya onların rəqabətqabiliyyətinin yaxşılaşdırılması üçün həyata keçirilən maliyyə-iqtisadi və texniki-təşkilati tədbirlər sistemidir.

SATICI BAZARI – bazarda tələbin təklifə nisbətən üstünlük təşkil etdiyi situasiyadır; belə bir vəziyyət istehsalçı müəssisə və firmaların öz istehsallarını genişləndirmək üçün obyektiv stimula yaradır.

SƏHMDAR CƏMİYYƏTİ – özünün təsərrüfat fəaliyyətini həyata keçirmək və mənfəət əldə etmək məqsədilə Nizamnamə fondunu səhm buraxmaq yolu ilə formalaşdıran fiziki və (və ya) hüquqi şəxslərin könüllü sazişi əsasında təsis olunan müəssisədir.

SƏMƏRƏ – hər hansı təsərrüfat tədbirinin nəticələrinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar çəkilmiş xərclərin səbəb olduğu nəticədir; o, mütləq kəmiyyətdir və onun vasitəsilə iqtisadi səmərəliliyi – xərclərin miqyası haqqında təsəvvür yarada bilmədiyindən – qiymətləndirmək mümkün deyil.

SƏMƏRƏLİLİK MEYARI – təsərrüfat fəaliyyətinin verdiyi nəticələrdən eləsidir ki, o, onun (fəaliyyətin) iqtisadi əhəmiyyətini digərləri ilə müqayisədə daha ətraflı və dolğun qiymətləndirməyə imkan verir.

SİFARİŞ NORMASI – istehsalçı firmanın istehlakçı firma üçün istehsal etməyi öhdəsinə götürdüyü məhsulun minimum həcmidir; bu norma istehsalçı və istehlakçı firmalar arasındakı təsərrüfat əlaqələrini nizama salır.

SPESİFİKASIYA – miqdarı, növü, markası, keyfiyyət xüsusiyyətləri və, lazım olduqda, qiyməti də göstərməklə təklif olunan əmtəələrin müfəssəl siyahısıdır.

Ş

ŞƏRİKLİ (TAM ORTAQLI) MÜƏSSİSƏ – ən azı iki fiziki və ya hüquqi şəxslər tərəfindən müqavilə əsasında təsis olunan, öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə görə bütün əmlakları ilə məsul olan şəriklərin tərəfdaşlığı zəminində istehsalla məşğul olan və məqsədi mənfəət əldə etmək olan təsərrüfat vahididir.

T

TAM ORTAQLIQ – iştirakçıları müəssisənin öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə görə bütün əmlakları ilə məsuliyyət daşıyan müəssisənin təşkilati-hüquqi forması.

TARİF – müəssisə, təşkilat və əhali tərəfindən göstərilən istehsal və qeyri-istehsal xarakterli müxtəlif xidmətlərə görə ödəniş.

TENDER – bir neçə təklifin alınması və onlardan ən sərfəlisinin seçilməsi məqsədilə məhsul göndərmənin və ya müəyyən işin yerinə yetirilməsi üçün podratçılara sifarişlərin xüsusi formasıdır;

TEXNOPARK – məqsədi elmtitumlu orta və kiçik innovasiya firmalarının inkişafına maksimum əlverişli mühit yaratmaq olan elm-istehsalat ərazi kompleksidir.

TEXNOPOLİS – məqsədi elmin yeni istiqamətləri və elmtutumlu istehsalların inkişafına əlverişli şərait yaratmaq olan iri, müasir elm-sənaye kompleksidir; tərkibi təhsil müəssisəsi, elmi-tədqiqat institutu və yaşayış rayonlarından ibarət olur.

TƏDAVÜL FONDLARI – tərkibcə ambarda və yola salınmış hazır məhsul, pul vəsaiti və debitor borclardan ibarət olan və iqtisadi təyinatı tədavül sferasına xidmət göstərməkdir.

TƏDAVÜL XƏRCLƏRİ – hazır məhsulun satışı ilə əlaqədar canlı və maddi məsrəflərin məcmusudur; o, əmtəələrin istehsalçıdan

istehlakçıya çatdırılması, başqa sözlə, onların tədavülü ilə əlaqədar xərclərdir.

TƏMƏRKÜZLƏŞMƏ – istehsalın ictimai təşkilinin əsas forması olub, məhsul istehsalının daha iri müəssisələrdə cəmlənməsi prosesidir.

TİCARƏT FİRMASI – əsasən əmtələrin alqı-satqısı üzrə əməliyyatlar aparılması üzrə ixtisaslaşmış müəssisədir.

TOPDANSATIŞ QİYMƏTİ – müəssisələr tərəfindən, məhsulun əhalidən başqa, bütün kateqoriyadan olan alıcılara satıldığı qiymətdir.

TÖRƏMƏ MÜƏSSISƏ – bir müəssisə digərinə nisbətən nizamnamə fondunda üstünlüyə və ya onlar arasında bağlanmış müqaviləyə görə onun qəbul etdiyi qərarları vermək imkanına malik olursa, onda ikinci müəssisə birincisinin törəməsi hesab olunur; törəmə müəssisə əsas (baş) müəssisənin borcları üçün məsuliyyət daşımır və cavabdeh olmur.

TRANZİT NORMASI – istehsalçı firmanın bir ünvana göndərməyə qərar verdiyi məhsulun minimum həjmidir; bu norma məhsul göndərənlə nəqliyyat təşkilatı arasındakı əlaqələri nizamlayır.

Ü

ÜMUMİ GƏLİR – əmtələrin və xidmətlərin və habelə əmlakın bir qisminin satışından, görülən işlərə görə ödənişlərdən verilən kreditə görə alınan faizlərdən və digər mənbələrdən müəssisənin sərəncamına keçən pul vəsaitlərin məcmusudur müəssisənin

V

VERGİ – dövlət büdcəsinə fiziki və hüquqi şəxslərdən qanunvericilik əsasında yığılan (toplanan) məcburi ödəmələrdir; o, dövlət büdcəsinin əsas gəlir mənbələrindən biridir.

VENÇUR FİRMASI – əvvəlcədən gəliri məlum olmayan, yeni texnologiya və məhsul növlərinin işlənilməsi və tətbiqi ilə məşğul olan kommersion təşkilatıdır; riskli investisiya qoyan firmadır.

Z

ZADEL – istehsal prosesinin səmərəli təşkili, ahəndarlığın təmini məqsədilə iş yerlərində yaradılan, emalı – natural ifadədə – başa

çatdırılmamış, bitirilməmiş «məhsuldur»; o, bitməmiş istehsalda olmağın formalarından biridir.

ZAY (BRAK) MƏHSUL – texnoloji tələblərə riayət etmədən hazırlanan, onun qarşısında tələblərə cavab verməyən və, deməli, standartlara uyğun gəlməyən yararsız məhsuldur. Təcrübədə nöqsanları (defekti) aradan qaldırıla bilən (düzəldilən) brak (zay) və düzəldilməsi mümkün olmayan, qəti brak məhsul növləri fərqləndirilir.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYATIN SİYAHISI

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. B.: 1995
2. İnvestisiya fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, 13 yanvar 1995-ci il.
3. “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. B.: 1996
4. “Məhsulun (işin, xidmətin) maya dəyərinə daxil edilən xərclərin tərkibi haqqında” Əsasnamə, 16 avqust 1996-cı il tarixli Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 3№-li qərarı.
5. “Maliyyə-sənaye qrupları haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. «Biznesmenin bülleteni». № 38 (103). B.: 1996
6. “İstehlakçılarının hüquqlarının müdafiəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, «Azərbaycan» qəzeti, 29 mart 1996-cı il.
7. “Patent haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, «Biznesmenin bülleteni» № 51. B.: 1997.
8. Köhnəlmə (amortizasiya) hesablanmasının yeni (açıq) metodunun tətbiqi üzrə təlimat. Mühəsibat işi (normativ sənədlər toplusu), B.: Elm və həyat, 1998, səh. 232-240
9. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi. B.: Hüquq ədəbiyyatı, 2003.
10. Azərbaycan Respublikasının Əmək Məcəlləsi. B.: Qanun, 2004.
11. А.А.Максютов. Экономика предприятия. (tədris-metodiki nəşr). М.Альфа-Пресс, 2005.
12. İqtisadi nəzəriyyə: Mikroiqtisadiyyat – 1 və 2 (dərslük, rus dilindən tərcümə), «Daşkov və K^o», М. 2007.
13. Б.А.Райзберг, Р.А.Фатхутдинов. Управление экономикой (дярслик), М., 1999.
14. Богатин Ю.В., Швандар В.А. Экономическое управление бизнесом (dərs vəsaiti), М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
15. Бринк И.Ю., Савельева Н.А. Бизнес-план предприятия. Теория и практика. Ростов н/Д: Феникс, 2003.

16. Друкер Питер, Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. (ingilis dilindən rus dilinə tərcümə), М.: Издательский дом "Вильямс", 2002.
17. Елизаров Ю.Ф. Экономика организаций. (dərslük), М., 2005.
18. Экономика предприятия. (dərslük, professor N.A.Safronovun redaktorluğu ilə), М.: 2003.
19. Экономика фирмы. (dərslük, professor V.Y.Qorfinkelin və professor V.A.Şvandrının redaktorluğu ilə), М.: 2003.
20. Экономика предприятия (фирмы), (dərslük, prof. O.İ.Volkovun və dos. O.V.Devyatkinin redaktorluğu ilə), М.: ИНФРА-М, 2004.
21. Экономика фирмы (dərslük), ИНФРА-М, М., 2006.
22. Экономика предприятия (dərslük, IV nəşri), ЮНИТИ-ДАНА, М., 2007.
23. Экономика предприятия (dərslük), ЮНИТИ, М., 2000.
24. Экономика (dərslük), «Prospekt» nəşriyyatı, III nəşri, М., 2008.
25. Х.Ширинбек. Экономика предприятия. (dərslük, Y.P.Boyko, S.V.Voldaytsev, K.Pixterin redaktorluğu ilə alman dilindən tərcümə), СПб: Питер, 2005.
26. Короткевич В.Г. «Практикум по экономике, организации производства и маркетингу на предприятии». (dərs vəsaiti). М.: 2004.
27. Котлер Филип. Основы маркетинга. Краткий курс. (ingilis dilindən rus dilinə tərcümə), М.: Издательский дом "Вильямс". 2004.
28. Ковалев А.И., Казиник Е. М., Экономика предприятия в вопросах и ответах (imtahanların götürülməsi üçün dərs vəsaiti), МАİ-nin müxbir üzvü A.İ.Kovalevin redaktorluğu ilə, М., 2004.
29. Крылов Э.И. и др. Анализ эффективности инвестиционной деятельности предприятия. (dərs vəsaiti), М М.: Финансы и статистика, 2003.
30. Курс экономической теории, «Дело и Сервис» (dərslük), М., 2001.
31. Г.Шмален. Основы и проблемы экономика предприятия. (dərslük professor A.Q.Porşnevanın redaktorluğu ilə alman dilindən rus dilinə tərcümə) М.: 1996.

32. Гельмит Гейер, Берпд Арепдт. Экономика предприятия. (dərs vəsaiti, L.V.Donsovun redaktorluğu ilə alman dilindən tərcümə), М.: Дело и сервис, 2005.
33. Герчикова И.Н. Менеджмент. (dərslük), М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
34. Горфинкель В. Экономика предприятия. (dərslük). М.: 2004.
35. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. (V.V.Kolçanovun redaktəsi ilə ingilis dilindən rus dilinə tərcümə), СПб: Питер 2004.
36. М.И.Тертышник, Экономика предприятия. М.: ИНФРА-М, 2005.
37. Мейер Маршал В. Оценка эффективности бизнеса. (А.О. Korsunskiy tərəfindən ingilis dilindən rus dilinə tərcümə), М.: ООО "Вершина", 2004.
38. Мировая экономика: введение во внешнеэкономическую деятельность. (А.К.Şurkalin və N.S.Sipinanın redaktorluğu ilə dərs vəsaiti), М.: Логос, 2002.
39. Mühasibat (malıyyə) uçotu (dərslük, dosent Qəzənfər Abbasovun redaktəsilə). В.: 2003.
40. Пиндайк Робертс, Дэниел Л. Рубинфельд. Микроэкономика. (ingilis dilindən rus dilinə tərcümə), М.: Дело, 2001.
41. Сафронов Н. Экономика организации (предприятия), (dərslük), М.: 2004.
42. Шандерзон Ж., Лансестр А. Методы продажи. (V.S. Zaqaşvilinin redaktəsi ilə ingilis dilindən rus dilinə tərcümə), М.: АО Издательская группа "Прогресс", 1993.
43. Telman Hüseynov. Sənaeyenin iqtisadiyyatı (dərslük). «Şərq-Qərb» nəşriyyatı, В. 2000.
44. Telman Hüseynov. Müəssisənin iqtisadiyyatı (dərslük), «Səda» nəşriyyatı, В. 2005.
45. Ван Хорн Дж.К. Основы управления финансами. (ingilis dilindən tərcümə), М.: Финансы и статистика, 2003.
46. Управления экономикой. (dərslük), М., «Интел-Синтез» nəşriyyatı, 1999.

M Ü N D Ə R İ C A T

MÜQƏDDİMƏ

I BÖLMƏ. «FİRMANIN İQTİSADİYYATI» KURSUNUN TƏDQİQAT OBYEKTİ, PREDMETİ VƏ MƏZMUNU

Fəsil 1. «Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı, predmeti və məzmunu

- 1.Müəssisə və firma: oxşar cəhətləri və fərqləri
- 2.«Firmanın iqtisadiyyatı» kursunun tədqiqat obyektı və predmeti
- 3.Kursun tədqiqat metodları və iqtisad kursları sistemində yeri
- 4.Kursun vəzifələri və məzmunu

II BÖLMƏ. İSTEHSAL FİRMALARININ TƏSNİFATI, QURULUŞU VƏ FORMALARI

Fəsil 2. İstehsal firmalarının təsnifatı, quruluşu və formaları

- 1.İstehsal firmalarının təsnifatı
- 2.İstehsal firmasının quruluşu və onu müəyyən edən amillər
- 3.Sahibkarlıq və firmanın (müəssisənin) təşkilati-hüquqi formaları
- 4.Sahibkarlığın təşkilati-iqtisadi formaları, firmanın xarici və daxili mühiti
5. Firmaların yaradılması və ləğvi qaydaları

III BÖLMƏ. İSTEHSAL FİRMASINDA İSTEHSAL PROSESİ VƏ İSTEHSALIN İCTİMAİ TƏŞKİLİ FORMALARI

Fəsil 3. Firmada istehsal prosesi və onun təşkili

- 1.İstehsal prosesinin mahiyyəti
- 2.İstehsal tsikli və onun tərkibi
- 3.Firmada istehsal prosesinin təşkili prinsipləri
- 4.Firmada istehsalın təşkili formaları

Fəsil 4. İstehsal firmasında təmərküzləşdirilmə və müəssisənin optimal ölçüsü

1. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin mahiyyəti və formaları
2. İstehsalın təmərküzləşdirilmə səviyyəsinin göstəriciləri
3. Müəssisənin optimal ölçüsü və onu müəyyən edən amillər
4. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin iqtisadi səmərəliliyi

Fəsil 5. İstehsal firmasında ixtisaslaşdırma və kooperasiyalaşma

1. İxtisaslaşdırmanın mahiyyəti və formaları.
2. Kooperasiyalaşmanın mahiyyəti və formaları.
3. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşmanın səviyyəsini müəyyən edən göstəricilər
4. İxtisaslaşdırma və kooperasiyalaşmanın iqtisadi səmərəliliyi

Fəsil 6. İstehsal firmasında kombinləşdirmə

1. Kombinləşmənin mahiyyəti və formaları
2. Kombinləşdirmənin şərtləri və inkişafı
3. Müxtəlif sənaye sahələrində kombinləşdirmənin xüsusiyyətləri
4. Kombinləşdirmənin iqtisadi səmərəliliyi

IV BÖLMƏ. FİRMANIN İSTEHSAL RESURLARI VƏ ONLARDAN SƏMƏRƏLİ İSTİFADƏNİN ZƏRURİLİYİ

Fəsil 7. Firmada əmək resursları, əmək məhsuldarlığı və əmək haqqı

1. Firmanın əmək resursları və onun tərkibi
2. Firmada kadrların idarə olunmasının xüsusiyyətləri
3. Əmək məhsuldarlığının mahiyyəti və onun ölçülmə metodları
4. Əmək məhsuldarlığının artırılması ehtiyatları və amilləri
5. Firmada əməyin normalaşdırılması
6. Əmək haqqının mahiyyəti və əhəmiyyəti
7. Firmada əməyin ödənilməsinin forma və sistemləri

Fəsil 8. İstehsal firmasının əsas fondları və istehsal gücü

1. İstehsal əsas fondlarının iqtisadi mahiyyəti və təsnifatı
2. Əsas fondların qiymətləndirilməsi
3. Əsas fondların köhnəlməsi və amortizasiyası
4. Əsas fondlardan istifadə göstəriciləri
5. Firmanın istehsal gücü və onun hesablanması metodikası
6. İstehsal əsas fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılması yolları

Fəsil 9. İstehsal firmasının dövriyyə fondları və dövriyyə vəsaitləri

1. Dövriyyə fondlarının iqtisadi mahiyyəti və onların tərkibi
2. Dövriyyə vəsaitlərindən istifadə göstəriciləri
3. Firmada maddi resursların normalaşdırılması
4. İstehsal ehtiyatlarının təsnifatı və təyinatı
5. Firmada bitməmiş istehsal və gələcək dövrün xərclərinin normalaşdırılması
6. Firmada tədavül fondlarının idarə olunması

V BÖLMƏ. FİRMANIN İNKİŞAFININ İDARƏ EDİLMƏSİ VƏ PLANLAŞDIRILMASI

Fəsil 10. Firmanın idarəetmə mexanizmi və onun təşkilat quruluşu

1. İdarəetmənin mahiyyəti və prinsipləri
2. İdarəetmənin funksiyaları və onların təsnifatı
3. İdarəetmənin metodları və onların tətbiqi istiqamətləri
4. Firmanın idarəetmə mexanizminin təşkilati quruluşu

Fəsil 11. Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılması

1. İstehsal firmasında planlaşdırmanın mahiyyəti və prinsipləri
2. Firmada planlaşdırmanın metodları
3. Firmanın inkişaf planının əsas bölmələri
4. Firmada istehsal-kommersiya proqramının tərtibi və əsaslandırılması

Fəsil 12. Firmanın investisiya fəaliyyəti

1. İnvestisiyanın mahiyyəti və növləri

2. İnvestisiyanın tərkibi və quruluşu
3. Firmanın investisiya fəaliyyəti və layihələrin qiymətləndirilməsi metodları
4. İnvestisiya səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolları
5. İnvestisiya layihəsinin reallaşdırılması üçün biznes-planın tərtibi

Fəsil 13. Firmanın innovativ inkişafı

1. İnnovasiyanın mahiyyəti və növləri
2. İnnovasiyanın texnoloji və iqtisadi potensialı
3. Firmanın innovativ inkişafının mərhələləri
4. İnnovasiyanın iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

Fəsil 14. Firma məhsulunun keyfiyyəti, standartlaşdırılması və sertifikatlaşdırılması

1. Məhsulun keyfiyyəti və onun göstəriciləri
2. Məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsi firmanın iqtisadi inkişaf yolu kimi
3. Məhsulun rəqabət qabiliyyəti
4. Firmada məhsul keyfiyyətinin idarə edilməsi
5. Məhsulun standartlaşdırılması və sertifikatlaşdırılması

VI BÖLMƏ. FIRMANIN MARKETİNG FƏALİYYƏTİ VƏ MADDİ-TEXNİKİ TƏMİNATI

Fəsil 15. Firmanın marketing fəaliyyəti və məhsulun satışı

1. Firmanın marketing fəaliyyətinin mahiyyəti və xüsusiyyətləri
2. Marketing fəaliyyətində bazarın segmentləşdirilməsi
3. Firmada marketing fəaliyyətinin idarə edilməsi
4. Firmanın satış siyasəti və onun elementləri
5. Firmanın kommersiya fəaliyyətinin təşkili
6. Firma məhsulunun satışında vasitəçilərin rolu

Fəsil 16. Firmada maddi-texniki təminat

1. Maddi-texniki təminatın iqtisadi mahiyyəti
2. Firmada maddi-texniki təminatın funksiyaları
3. Firmanın material və avadanlığa tələbatının hesablanması

4. İstehsal ehtiyatlarının normalaşdırılması və idarə edilməsi
5. Firmada maddi-texniki təminatın formaları
6. Lizing təhcizatın xüsusi forması kimi

VII BÖLMƏ. FİRMANIN İSTEHSAL XƏRİLƏRİ, MALİYYƏSİ, QIYMƏT SİYASƏTİ VƏ FƏALİYYƏTİNİN SƏMƏRƏLİLİYİ

Fəsil 17. Firmanın istehsal xərcləri və məhsulunun maya dəyəri

1. İstehsal xərcləri və məhsulun maya dəyərinin mahiyyəti
2. İstehsal xərclərinin təsnifləşdirilməsi
3. Məhsulun maya dəyərinin göstəriciləri
4. Maya dəyərinin idarə edilməsi
5. Məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması yolları

Fəsil 18. Firmanın maliyyəsi, gəlirləri və vergi ödənişləri

1. Firmanın maliyyəsi və maliyyə resursları
2. Firmanın maliyyə planı
3. Firmanın maliyyə vəziyyətini əks etdirən göstəricilər
4. Firmanın gəlirləri və mənfəəti
5. Firmanın vergi ödənişləri

Fəsil 19. Firmada qiymətin əmələ gəlməsi

1. Qiymətin əmələgəlmə qanunauyğunluqları
2. Qiymətin funksiyaları və növləri
3. Firmanın qiymət siyasəti
4. Firmanın qiymət strategiyası
5. Firmada qiymətqoyma metodları

Fəsil 20. Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin səmərəliliyi

1. İstehsalın iqtisadi və sosial səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi metodikası
2. İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinin ümumi və müqayisəli göstəriciləri

3. İstehsal amillərindən istifadə səmərəliliyini xarakterizə edən göstəricilər

4. İstehsalın iqtisadi səmərəliliyinə təsir edən amillər

VIII BÖLMƏ. FİRMANIN XARİCİ İQTİSADI FƏALİYYƏTİ

Fəsil 21. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyəti

1. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin mahiyyəti

2. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin növləri

3. Firmanın idxal-ixrac əməliyyatları

4. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin tənzimlənməsi vasitələri

5. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin kömrük tənzimlənməsi

«Firmanın iqtisadiyyatı»na dair məhfumlar və anlayışların qısa izahlı lüğəti

İstifadə edilmiş ədəbiyyatın siyahısı