

MÖVZU № 1. “FIRMANIN İQTISADIYYATI” KURSUNUN TƏDQIQAT OBYEKTİ, PREDMETİ VƏ MƏZMUNU

Plan:

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.

I. Müəssisə və firma: oxşar cəhətləri və fərqləri.

İlk öncə firma haqqında iqtisadi nəzəriyyə elminin nümayəndələrinin işləmiş olduqları müxtəlif konsepsiyaların səciyyəvi cəhətlərini – qısada olsa – şərh etmək lazımdır. Həmin konsepsiyalar aşağıdakılardır:

- a) firma haqqında neoklassik nəzəriyyə;
- b) firma haqqında institutsional nəzəriyyə;
- c) firma haqqında davranma (bixevoriya) 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 firmadaxili idarəetməni, firmanın təşkilat quruluşunun xüsusiyyətlərini nəzərə almaması və habelə verilən qərarların alternativsiz, seçimsiz olması onu praktiki vəzifələrin həlli işi üçün o qədərdə yararlı etmirdi.

İnstitutsional nəzəriyyəyə görə firma, bazar qeyri-müəyyənliyi şəraitində fəaliyyət göstərən mürəkkəb ierarxiya qurluqlu təşkilatdır. Bu nəzəriyyəyə görə, resursların nəqsiz 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 təşkiləməsi ilə bağlı – xərclərə nəzarət işində həyata keçirir.

Burada əsas vəzifə firmanın bahalı və həm də natamam məlumatlar mühitində davranışı izah edilir; firmanın çoxnövlüliyünün səbəbləri şərh olunur və onların inkişafına xüsusi diqqət yetirilir, ön plana çəkilir. Beləliklə, institutsional 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 ierarxiyalı 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,

çünkü firmanın davranışı müxtəlif səviyyələrə məxsus sahibkarlığın qarşılıqlı fəaliyyəti ilə qiymətləndirilir.

«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.

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.

II. “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 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.

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 («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.

“**Firmanın iqtisadiyyatı**” fənninin obyektı firma, predmeti isə firmanın istehsal, satış, marketing və s. fəaliyyətlərinin məcmusudur.

III. 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 xüsusiyyətlə (deduksiya) və xüsusidən ümumiyyətlə (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.

«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.

2-ci Mövzu. İstehsal firmalarının təsnifatı, quruluşu və formaları.

Plan:

1. İstehsal firmalarının təsnifatı, quruluşu və onu müəyyən edən amillər.
2. Sahibkarlıq və firmanın (müəssisənin) təşkilatı hüquqi formaları.
3. Sahibkarlığın təşkilatı-iqtisadi formaları, firmanın xarici və daxili mühiti.

1. İstehsal firmalarının təsnifatı, quruluşu və onu müəyyən edən amillər.

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 – metallurjiya, energetika, maşınqayırma, kimya sənaye müəssisələri və s. aiddirlər.

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 – metallurjiya, energetika, maşınqayırma, kimya sənaye müəssisələri və s. aiddirlər. Bu sahələrin müəssisələri elmitexniki 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.

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.

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, karbürətor 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 təşkilati tipinə görə sənaye müəssisələrinin üç tipi: kütləvi, seriyalı və fərdi tipləri olur:

– kütləvi istehsal tipli müəssisələrdə həcmcə böyük, lakin həmcins 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.

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.

2. 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 təməlində duran əmək bölgüsü, əmək kooperasiyası və əmtəə (məhsul) istehsalı və onun mübadiləsinin baş tutması üçün 4 amilin (resursun) mövcudluğu həlledici şərtidir.

Bunlar əmək (iş qüvvəsi), kapital (əsas və dövriyyə), təbii resurslar və birdə sahibkarlıq fəaliyyətinin özüdür.

Əmək – istehsalın «baş agentii» 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 biçənəklər və s. aiddirlər. İnsanların bu resursların yaranmasında 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 amildir. Fiziki şəxsin (şəxslərin) sahibkarlıq bacarığı bütün digər amilləri müəyyən kəmiyyət nisbətində istehsalın vahid sistemə 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.**

b) **Kommersiya riski və təsərrüfatçılıq məsuliyyəti.**

c) **İstehsal amillərinin kombinəlaşdırilməsi.**

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

d) **Yenilikçilik.**

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

Sahibkarlıq fəaliyyəti təkrar istehsalın bütün mərhələlərində – istehsal, bölgü, tədavül (müvədilə) 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, kommersiya, maliyyə və məsləhət (konsaltinq).

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

Maliyyə sahibkarlığı. Maliyyə sahibkarlığının əsas qurumları kommersiya bankları və fond birjalrıdır. Maliyyə (maliyyə-kredit) sahibkarlığının fəaliyyət sferası tədavüldür, 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.

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.

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.

MÖVZU № 3. “FIRMANIN İSTEHSAL PROSESİ VƏ ONUN TƏŞKİLİ.

Plan:

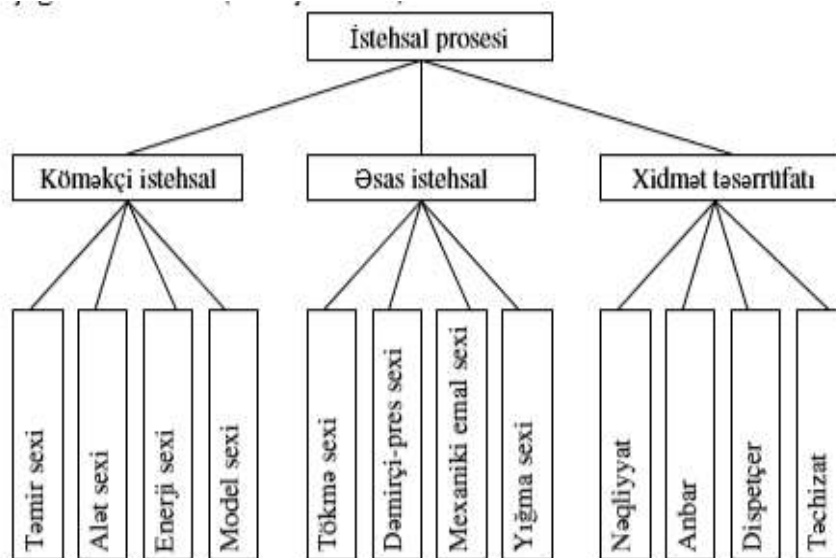
1. İstehsal prosesinin mahiyyəti.
2. İstehsal tsikli və onun tərkibi.
3. Firmada istehsal prosesinin təşkilı prinsipləri.

İstehsal prosesi, onun təşkili və s. mühəndis işidir. Lakin buna baxmayaraq müəssisə iqtisadiyyatının texnoloji əsaslarını – mühəndistexnoloq 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.

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. İstehsal prosesi əməliyyatların məcmusundan ibarətdir. **Əməliyyat** – istehsal prosesinin xüsusişdirilmiş 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.

Maşınqayırma müəssisəsində istehsal prosesinin strukturu aşağıdakı kimidir:



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.

İstehsalın tipini xarakterizə edən əsas göstərici əməliyyatların təhkim olunma əmsəlidir. 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 məmulların buraxılışının kiçik həcmi ilə xarakterizə olunur. Fərdi istehsalda təhkimə əmsəli adətən 40-dan yüksək olur, iş yerləri az əməliyyatlar isə çox olurlar.

Seriyalı istehsal dövrü olaraq istehsalı vaxtaşırı təkrar edilən, fərdi deyil, müəyyən partiyalarla məhsul istehsalı ilə xarakterizə olunur. Partiyadakı, məmulların sayından və təhkimə əmsəlinin qiymətindən asılı olaraq seriyalı istehsal özü də kiçik, orta və iri seriyalı istehsallara bölünür. Kiçik seriyalı istehsallar üçün təhkimə əmsəli 21 – 40, orta seriyalı üçün 11 – 20, iri seriyalı üçün isə 1 – 10 arasında olur.

Kütləvi istehsal uzun müddət ərzində fasiləsiz istehsal edilən məmullat 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 təhkimə əmsəli 1 - dən çox olur.

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 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 (Ti.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 nəqləmə əməliyyatlarının yerinə yetirilməsinə sərf olunan vaxtlardır; $\Sigma T_{\text{əa}}$ – əməliyyatlararası fasilə vaxtı; ΣT_{na} – növbələrarası fasilə vaxtı.

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

İstehsal prosesləri nə qədər sürətlə baş verirsə, yəni istehsal tsikli nə qədər qısa dırsa, dövriyyə fondlarının dövretmə sürəti bir o qədər yüksək olur.

• 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

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

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;

– **mütənəsiblik prinsipi** – müəssisənin qarşılıqlı əlaqəli və biribirindən asılı olan bölmələrinin vaxt vahidi ərzində mümkün olan bərabər məhsuldarlığını nəzərdə tutur;

– **düzxətlik 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.

4-cu mövzu. İstehsal firmasında təmərküzləşdirilmə, müəssisənin optimal ölçüsü, ixtisaslaşdırma və kommersiyyalaşdırma.

1. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin mahiyyəti və formaları.
2. İstehsalın təmərküzləşdirilmə səviyyəsinin göstəriciləri və müəssisənin optimal ölçüsü.
3. İxtisaslaşdırmanın və koomersiyyalaşmanın mahiyyəti və formaları.

1. İstehsalın təmərküzləşdirilməsinin mahiyyəti və formaları.

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

İstehsalın təmərküzləşməsi – məhsul istehsalının daha iri müəssisələrdə toplanması prosesidir.

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.

Təmər küzləşdirmənin **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 aqrekat 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 aqrekat və istehsal-texniki təmərküzləşdirmə formalarının vəhdətdə inkişafı nəticəsində yaranır.

2. İstehsalın təmərküzləşdirilmə səviyyəsinin göstəriciləri və müəssisənin optimal ölçüsü.

Firmaların böyüməsinin başlıca mənbəyini istehsalın miqyasca artımından əldə olunan qənaət təşkil edir. Lakin istehsal proseslərinin xüsusiyyətlərindən, istehsal olunan məhsulun həcmindən, müasir elmitexniki 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 surətdə artacaqdır. Həm istehsalda 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.

Burda iki göstərici mühüm əhəmiyyət daşıyır:

- İstehsal xərclərinin artması;
- Sayca çoxalan əmək qüvvəsinin idarə olunmasının çətinləşməsi.

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

Müəssisədə istehsalın təmərküzləşdirilməsinin müəyyən səviyyəsində zavoddaxili xərclərin artması, istehsalın təşkili və idarə edilməsinin 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 mühitinin və həm də xarici mühitinin yaratdığı amillərin təsiri nəzərə alınmalıdır.

3. İxtisaslaşdırmanın və kooperasiyalaşmanın 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 göstərir;

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

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 istehsalə 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.

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.

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

İxtisaslaşdırma istiqamətlərinə müvafiq olaraq kooperasiyalaşdırmanın aşağıdakı formaları fərqləndirilir: Aqreqat üzrə kooperativləşdirmə. Kooperativləşdirmənin aqreqat 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 aqreqatlar 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.

MÖVZU № 5 İstehsal firmasında kombinəldirmə.

Plan:

1. Kombinəldirmənin mahiyyəti, şərtləri, formaları və inkişafı.
2. Kombinəldirmənin iqtisadi səmərəliliyi.
3. Müxtəlif sənaye sahələrində kombinəldirmənin xüsusiyyəti.

İctimai əmək bölgüsü və istehsalın təmərküzləşməsi onun ictimai təşkili formalarından biri olan kombinəldirmənin də yaranmasının əsas şərti kimi çıxış edirlər. Bir çox sənaye sahələri üçün səciyyəvi olan, istehsalın ictimai təşkili forması kimi kombinəldirmə – texnoloji, iqtisadi, təşkilati baxımdan əlaqəli olan müxtəlif sahələrə məxsus ayrı-ayrı istehsalların, məhsul buraxmaq qabiliyyətlərinin proporsionallığını təmin etmək şərti ilə, vahid istehsal kompleksində birləşdirilməsidir. Başqa sözlə, kombinəldirmə 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. Kombinəldirməyə 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, kombinəldirmə deyildir; o, ixtisaslaşdırma deyildir. Əmək predmetlərinin emalının ayrı-ayrı mərhələlərinin birləşdirilməsi xarakterindən asılı olaraq kombinəldirmənin 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 sonra, metallurgiya kombinatında ardıcıl olaraq çuqun, polad və prokat (yayma, vərəqə polad) alınır.

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 texniki proseslərin köməylə, xammalın tərkibində olan bütün faydalı ünsürləri ayırmaq və istifadə etmək mümkün olur. Xammalın son faydalı maddənin alınmasına qədər emalı ondan kompleks istifadəni təmin edir.

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.

Kombinləşdirmə müəssisədə istehsalların ən sıx əlaqələndirilməsinə əsaslanan istehsalın ictimai təşkil 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 sisteminə malik olur və əksər hallarda bir ərazidə yerləşirlər.

Kombinləşmənin əsas şərti, artıq qeyd edildiyi kimi, müxtəlif profilli istehsalların eyni bir məkanda təmərküzləşdirilməsi olsa da, həmin «müxtəlif istehsalların» özlərinin ixtisaslaşmış istehsallar olmaları şəraitində kombinləşmənin səmərəli təşkilinə və yüksək təsərrüfat nəticələrinə daha çox təminat verə bilirlər. Elmi-texniki tərəqqi, xüsusilə onun kimyalaşdırma, elektricləşdirmə, mexanicləşdirmə və avtomatlaşdırma istiqamətləri kombinləşdirmə 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, kombinləşmə üçün daha əlverişli imkanlar yaradır. Belə sahələrdən kimya, metallurgiya, neft emalı, neft-kimya, qaz, meşə, yüngül və yeyinti sənaye sahələrini göstərmək olar.

Plan 2. Kombinləşdirmənin iqtisadi səmərəliliyi.

Kombinləşmə, istehsalın ictimai təşkilinin digər formaları kimi, sənaye istehsalının iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsində müstəsna rola malikdir. Kombinləşmə 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.

Kombinələşmənin 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.

İstehsalın ictimai təşkilinin digər formalarında olduğu kimi, kombinələşmənin 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); – kombinələşmiş istehsallarda işləyən fəhlələrin sayı və bunların həmin təyinatdan məhsul istehsal edən fəhlələrin ümumi sayında xüsusi çəkisi; – kombinələşmiş istehsalların əsas fondlarının dəyəri və bunun eyni məhsul istehsalında istismar olunan əsas fondların ümumi dəyərində xüsusi çəkisi; – kombinələşmiş müəssisələrin istehsal həcmi; – kombinələşmiş müəssisələrdə emal olunan xammalın növə görə sayı və s. Sadalanan göstəricilərin hesablanması, müvafiq məlumatların mövcudluğu şəraitində çətin deyil və onların riyazi dildə – düsturlar şəklində verilməsinə ehtiyac qalmır. Kombinələşmənin 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.

Plan 3. Müxtəlif sənaye sahələrində kombinələşdirmənin xüsusiyyətləri.

Kombinələşmə və bunun əsasında kombinatların yaradılması sənayenin bir sıra sahələrində geniş vüsət almışdır. Belə sənaye sahələrindən, artıq qeyd olunduğu kimi, metallurgiya, kimya, yeyinti və ağac emalı sənaye sahələrini göstərmək olar. Kombinələşdirmə sənayenin ən böyük sahələrindən olan hasiledici sənayedə, daha dəqiq desək, hasiledici sənayeyə daxil olan sahələr arasında mümkün deyildir. Çünki kombinələşmənin həlledici şərti olan müxtəlif sənaye sahələrinin birgə səyi ilə «xammalın ardıcıl emalı» şərti pozulur – «hasiledici» anlayışı ilə «xammalın ardıcıl emalı» anlayışları bir-birini inkar edir, «emaledici» və «hasiledici» sənayelər arasındakı prinsiplial texniki-texnoloji fərqlər silinir; hasiledici sənaye firması eyni zamanda emaledici firma ola bilməz. Doğrudur, hasiledici 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. 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 kombinəlaşdırılması, əmək predmetinə təsirin kimyəvi üsullarının tətbiqinə əsaslanan istehsal üçün (neft-kimya, koks-kimya və s.) daha səciyyəvidir.

Azərbaycan Respublikasının təbii sərvətlərindən neft və təbii qazın emalına əsaslanan kombinəlaşdırma perspektiv inkişaf imkanları baxımından ən əhəmiyyətliyədir. Belə ki, neftayırma və neft-kimya sənayesində neftdən alınan məhsulların və təbii qazın emalı kombinəlaşmanın formalarından olan xammalın kompleks işlənməsi üsulu üçün gələcəkdə – neft kontraktları reallaşdıqca, neft hasilatı artdıqca – güclü amilə çevriləcəkdir. Həmin xammal və materiallar əsasında müvafiq kombinəlaşdırma işinin həyata keçirilməsində təcrübə toplamağa ehtiyac da yoxdur, çünki bunların sələfi olan kombinatların respublikamızda yaradılma tarixi kifayət qədərdir. Neft-kimya kombinatları neftin dərininə emalının köməyi ilə 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.

Mövzu № 6. Firmada əmək resursları, əmək məhsuldarlığı.

Plan:

1. Firmada əmək resursları və onun tərkibi.
2. Firmada heyətin idarə edilməsi üzrə menecerin vəzifəsi və kadrların idarə olunmasının xüsusiyyətləri.
3. Əmək məhsuldarlığının mahiyyəti və onun ölçülmə metodları.

Firmada 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

ünsürlərində 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, dolaylı 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 xidmətedici 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 konstruktör, texnoloji, təşkilatitexniki 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. Buraya 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 işçilərlə istehsal xarakterli işləri icra etməyənlər arasındakı optimal say nisbətini müəyyənləşdirməkdir. Təsərrüfatçılıq təcrübəsində firmalar istehsal heyətinin tərkibi üzrə bəzi işçi kateqoriyalarının nisbətlərini hesablayır və təhlil edirlər. Bu iş xüsusilə, əsas və

köməkçi fəhlələrin nisbətinin, bir də onlarla (əsas və köməkçi fəhlələrlə) idarə aparatında çalışan işçilərin say nisbətlərinin öyrənilməsində istifadə olunur.

Plan 2. Firmada heyətin idarəedilməsi üzrə menecerin vəzifəsi və 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 özməqsədinə – mümkün qədər daha çox gəlir götürməyə – nail ola bilər.



Müəssisədə kadrların idarə olunması 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 həcmindən 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;

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 heyəti üzrə menecerinin ciddi və hərtərəfli düşünülmüş monitor fəaliyyətini tələb edir.

İş qüvvəsi axıcılığı iki tərəfdən birinin – həm muzzdlu fəhlənin və həm də işə götürənin 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.

Plan 3. Əmək məhsuldarlığının mahiyyəti və onun ölçülmə metodları.

Əməyin məhsuldarlığı konkret əmək növünün vaxt vahidi ərzində az və ya çox məhsul istehsal etmək qabiliyyəti ilə səciyyələnir. 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. 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 həcminin artırılması və istehsal gücündən istifadənin yaxşılaşdırılması hesabına məhsul vahidinə düşən şərti sabit xərclərin azaldılması ilə məhsulun maya dəyərini aşağı salmağa imkan verir. 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.

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.

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.

Mövzu 7. Firmada əmək haqqının mahiyyəti. İstehsal firmasının əsas fondları, istehsal gücü və dövriyyə fondları.

1. Əmək haqqının mahiyyəti və əhəmiyyəti, onun səviyyəsinə təsir edən amillər.
2. Firmada əməyin ödənilməsinin forma və sistemləri. Tarif sistemindən istifadə.
3. İstehsal əsas fondlarının iqtisadi mahiyyəti və təsnifatı. Əsas fondların qiymətləndirilməsi.
4. Dövriyyə fondlarının iqtisadi mahiyyəti və onların tərkibi.

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 müzdlü 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.

Kəmiyyətcə çox və keyfiyyətcə 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 verilərsə, 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.

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 vərdişlər, fəhlənin ixtisası və s. 4. Firma ilə bağlı amillər – mülkiyyət mənsubiyyəti, əmək məhsuldarlığının səviyyəsi, müəssisənin gəlirliliyi, həmkarlar və digər fəhlə təşkilatlarının mütəşəkkilliyi və s. 5. İstehsal heyəti ilə əlaqədar amillər – işə qəbulun miqyası və müddəti (fərdi əmək müqaviləsinin şərtləri).

Plan 2. Firmada əməyin ödənilməsinin forma və sistemləri. Tarif sistemindən istifadə.

Bazar münasibətləri şəraitində əmək münasibətləri işə götürən 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 ixtisasız, 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.

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.

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 məqsəduyğundur. 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.

Vaxtaməzd əmək haqqı forması istehsalın xüsusiyyətindən asılı olaraq texniki cəhətdən əsaslandırılmış istehsal normalarının müəyyən edilməsi mümkün olmayan işlər üzrə, habelə işəməzd əmək haqqı sisteminin tətbiq edilməsi iqtisadi cəhətdən sərfəli olmayan sahələrdə tətbiq edilir.

Plan 3. İstehsal əsas fondlarının iqtisadi mahiyyəti və təsnifatı. Əsas fondların qiymətləndirilməsi.

Əmək vasitələri dəyər ifadəsində istehsal əsas fondları adlanır. Başqa sözlə, əsas fondlar istehsal prosesində uzun müddət və bütövlükdə – bütün ünsürləri 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 dəyərinə istehsal firmalarının, təchizat və satış təşkilatlarının anbarlarında olan maşın və avadanlıqlar, 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 etmədiklərindən, 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.

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.

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.

Əsas fondların qalıq dəyərinə görə qiymətləndirilməsində məqsəd onun istehsal prosesi zamanı hələ məhsul üzərinə keçirmədiyi dəyərin həcmi, başqa sözlə, həmin məqam üçün faktiki dəyərini müəyyən etməkdir. Qalıq dəyəri əsas fondun ilkin və həm də bərpa dəyərinə görə hesablanı bilər.

Plan 4. Dövriyyə fondlarının iqtisadi mahiyyəti və onların tərkibi.

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 tskilində

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 – yanacaq, 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 qeyrimaddi ünsürləri kimi, məsələn, yeni məhsulun layihələndirilməsi və nümunəsinin yaradılması, onun istehsalı üçün yeni texnologiyanın işlənməsi və tətbiqi və s. ilə əlaqədar xərclərdir ki, cari dövrdə çəkilsələr də gələcəkdə istehsal olunacaq məhsulun maya dəyərinə daxil edilməklə geri qaytarılır.

Dövriyyə fondları istehsal prosesində istehlak olunmaqla hazır məhsula, sonuncu isə realizə edilərək müəssisənin pul vəsaitinə çevrilir.

Mövzu 8. Firmanın idarəetmə mexanizmi və onun təşkilat quruluşu.

Plan:

1. İdarəetmənin mahiyyəti, prinsipləri və funksiyaları.
2. İdarəetmənin metodları və onların tətbiqi istiqamətləri.
3. Firmanın idarəetmə mexanizminin təşkilatı quruluşu.

İdarəetmə 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? İnqilis 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. Mahiyyətinə 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. İdarəetmə qarşıda qoyulan məqsədlərə lazımı müddətdə – müəyyən vaxt intervalında – minimum maddi və əmək resurslarının sərfi ilə nail olmağa yönəldilmiş idarəetmə subyektini istehsal heyətinin birgə həyata keçirdikləri tədbirlər sistemindən ibarətdir. İdarəetmə sistemi idarəetmə məqsədlərinin, idarəetmənin strukturu, forma və metodlarının məcmusudur. İdarəetmə sistemi dinamikdir, onun ünsürlərinin 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 qarşıya 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.

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. Təkbəşnaçılıq. 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 göstərməlidir.

11. Heyət üçün iş yerinin stabilliyi. Kadr axıcılığı firmanın fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini azaldığından 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.

Planlaşdırma idarəetmənin əsas funksiyası kimi, məqsədlərin müəyyən edilməsi, problemin təhlili, proqnozlaşdırma, alternativ variantların müəyyən olunması, qəbul edilmiş qərarların qiymətləndirilməsi mərhələlərini əhatə edir. İdarəetmənin funksiyalarından biri təşkilatçı funksiyasıdır. Bu funksiya istehsal proseslərinin həyata keçirilməsi istiqamətlərinin təşkilində mühüm rol oynayır. Təşkilatçının vəzifəsi müəssisədə ayrı-ayrı fəaliyyət növlərinə, şəxslərə və maddi vasitələrə münasibətləri elə formalaşdırmaqdan ibarətdir ki, qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmaq ən az xərclə mümkün olsun. Planlaşdırma və təşkilatçı funksiyaları ilə yanaşı idarəetmənin koordinasiya funksiyası da ən vacib funksiyalardan biridir. Koordinasiya funksiyası idarəetmənin planlaşdırma funksiyası ilə daha çox əlaqəsi olan funksiyadır.

Plan 2. 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 fərlənirlər. 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, sövqedicə 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.

Plan 3. Firmanın idarəetmə mexanizminin təşkilatı quruluşu.

Firmanın idarəetmə mexanizminin təşkilatı 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 planauyğun 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 işləyib 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 müəyyənləşdirilməsi və işçilərin sayının müəyyən olunması idarəetmənin təşkilatı sistemə daxildir.

Adətən idarəetmə aparatının təşkilati quruluşunun xətti, funksional, xətti-funksional (qərargah), 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.

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.

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.

Mövzu № 9. Firmanın istehsal-kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılması.

Plan:

1. İstehsal firmasında planlaşdırmanın mahiyyəti və prinsipləri.
2. Firmada planlaşdırmanın metodları.
3. Firmanın inkişaf planının əsas bölmələri və firmada istehsal-kommersiya proqramının tərtibi.

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.

"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 biliklər sistemi kimi və habelə ictimai həyatın bütün sahələrinin şüurlu nizamlanmasına yönəldilmiş fəaliyyət növü, praktiki proses kimi də baxmaq olar. Planlaşdırma iqtisadi qanunlar və mövcud təcrübədən 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 təsəvvür, 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.

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. Planın stabilliyi firma və müəssisənin rentabelliyyətinin zəruri atributudur. Onlar hadisələri qabaqcadan proqnozlaşdırma bilmirlərsə, bu onların maliyyə sabitliyinin pozulması və iflası ilə nəticələnmə 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.

Plan 2. Firmada planlaşdırmanın metodları.

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.

Plan 3. Firmanın inkişaf planının əsas bölmələri və firmada istehsal kommersiya proqramının tərtibi.

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, rentabelliyin yüksəldilməsi, likvidliyin (müəssisənin ödəniş qabiliyyətinin) saxlanması və artırılması; bazarda liderliyin 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 rəhbərliyin mahiyyət tərkibində ən önəmli, ən məsuliyyətli həlqələrdən biridir. Elə buna görə 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 üfqi əlaqələrin yaradılması müəssisənin ümumi planının tərtibi üçün müstəsna rol oynayır.

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.

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, şərhı 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.

Mövzu № 10. Firmanın investisiya fəaliyyəti.

Plan:

1. İnvestisiyanın mahiyyəti, növləri, tərkibi və quruluşu.
2. Firmanın investisiya fəaliyyəti və layihələrin qiymətləndirilməsi metodları.
3. İnvestisiya səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolları.

Hər bir firma, əvvəllər qeyd edildiyi kimi, öz fəaliyyətinə görə sahibkarlıq mahiyyətinə malikdir. Sahibkarlıq isə, 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. İnvestisiya (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) 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 fərqlənirlər: – qiymətli

kağızlara (səhmlərə və opsiyonalara) və daşınmaz əmlaka 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, qurğular, avadanlıq və başqa maddi sərvətlər);

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.

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) ümumiqtisadi 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 (fövqaladə) şəraitləri daxildir;

b) kommersiya riskləri investisiya qoyuluşunun konkret obyektinə 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.

Plan 2. 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. İnvestisiya layihəsi texniki-iqtisadi əsaslandırma və ya biznesplan formasında işlənə bilər. İnvestisiya layihəsinin texniki-iqtisadi əsaslandırılması müəyyən olunmuş rentabellik səviyyəsində investisiyanın həyata keçirilməsinin texniki, iqtisadi, ekoloji və maliyyə imkanlarının tədqiqidir.

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) İntegral 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 əmsali. İnvestisiya layihələrinin qiymətləndirilməsi zamanı illər üzrə investisiya qoyuluşlarının həcmi və gəlirlər, layihənin həyata keçirilməsi müddəti, pul axınının diskontlaşdırılması əmsali və s. əsas götürülür.

Plan 3. İnvestisiya səmərəliliyinin yüksəldilməsi yolları

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 tənzimlənmə 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

Mövzu№ 11. Firmanın marketing fəaliyyəti.

Plan:

1. Firmanın marketing fəaliyyətinin mahiyyəti və xüsusiyyətləri.
2. Marketing proqramının hazırlanması.
3. Marketing fəaliyyətində bazarın seqmentləşdirilməsi

Bazar münasibətləri şəraitində işləyən firma və müəssisələrin mənfəət əldə etmələrində və, ümumiyyətlə, iqtisadi inkişafalarında 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.

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. 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.

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.

Plan 2. Marketing proqramının hazırlanması.

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.

Plan 3. 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 dərinədən və hərtərəfli tədqiqinə əsaslanmalıdır. 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 uğraması demək olardı.

Marketing fəaliyyəti, habelə firma (müəssisə) üçün həyati məsələ, seçiləcək seqmentin onun üçün hansı səviyyədə səmərəli olacağına əvvəlcədən müəyyən edilməsidir. Bunun üçün mənfəət kütləsi, mənfəət norması, investisiyanın səmərəliliyi, səhmlərə dividendin kəmiyyəti və s. bu kimi göstəricilər təhlil edilir, müvafiq nəticələr çıxarılır və qərarlar verilir. seqmentlər daha 4 əlamət üzrə öyrənilir və təhlil edilir.

Bunlar coğrafi, demoqrafik, psixografik və məhsula ehtiyac əlamətləridir. Coğrafi əlamətlər üzrə seqmentin 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 seqmenti öyrənilərkən istehlakçıların yaş-cins tərkibi, təhsil səviyyəsi, gəlir səviyyəsi,

peşə tərkibi, dinə münasibəti kimi məsələlər haqqında məlumatlar toplanılır və təhlil olunur. Psixoxrafik 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.

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.

Mövzu№ 12. Firmanın məhsulunun satışı.

Plan:

1. Firmanın satış siyasəti və onun elementləri.
2. Firmanın kommersion fəaliyyətinin təşkili.
3. Firma məhsulunun satışında vasitəçilərin rolu.

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 – məhsul göndərən müəssisənin hesablaşma hesabına pul vəsaitlərinin daxil olması ilə bitir. Firmanın bazardakı müvəffəqiyyətinin ən başlıca amillərindən biri – satış şəbəkəsinin (sisteminin) düzgün qurulmasıdır. 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 saxlanmasının 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.

İstehsal firması özünəməxsus olan aşağıdakı struktur bölmələrindən istifadə edərək birbaşa satışı 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 (əqdlərin) 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; – pərəkəndəsətış şəbəkəsi (köşklər, mağazalar, salonlar və s.).

Plan 2. Firmanın kommertiya fəaliyyətinin təşkili.

Müasir dövrdə isə müəssisələrin (məhz müəssisələrin) marketinq 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 marketinq və satış şöbələrinin paralel fəaliyyət göstərmələri məqbul sayıla bilməz; satış şöbəsinin funksiyalarının icrası marketinq şöbəsinə həvalə olunmalıdır. Bu, bazar münasibətlərinə keçidin firmaya aid olan obyektiv tələblərindən biridir. Hazır məhsulun reallaşdırılması üzrə kommertiya fəaliyyətinin təşkili üçün müəssisədə satış xidməti yaradılır. Məhsulun satışının təşkili marketinq tədqiqatlarına əsaslanır. Müəssisədə satış xidmətinin strukturu marketinq strategiyasına uyğun olmalıdır. O, istehsalın təmərküzləşməsi (miqyası) və ixtisaslaşmasından, müəssisənin ərazicə yerləşməsindən və onun bölmələrinin təsərrüfat müstəqilliyindən, buraxılan məhsulun xüsusiyyətli 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 şöbəsinə əlahiddə şəkildə olur. 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 müəyyənləşdirilməsi vacibdir.

Marketinq əsasında hazır məhsulun satışı funksiyalarının məzmununa üç istiqamət daxildir: planlaşdırma (proqnozlaşdırma), təşkilətmə 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 hesabatlarının 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 marketinq 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 ödənilməsinə görə istehlakçılar qarşısında iddiaların qaldırılmasını nəzərdə tutur.

Plan 3. Firma məhsulunun satışında vasitəçilərin rolu.

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.

İstənilən satış şəbəkəsi mübadilənin həyata keçirilməsi üçün müəyyən funksiyaları həyata keçirir ki, bunlara da aşağıdakılar aiddir:

– bazar seqmentləşdirilməsinin nəticələrinin öyrənilməsi və reklamın planlaşdırılması;

– istehlakçılarla və ya vasitəçilərlə müqavilələr bağlamaq; – müqavilələrin yerinə yetirilməsinin uçotunu aparmaq və ona nəzarət etmək; – müştərilərə əmtələrin göndərilməsini planlaşdırmaq;

– satış kanallarını müəyyən etmək;

– əmtələrin qəbulunu, saxlanmasını, 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;

– maliyyə 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.

Mövzu № 13. Firmanın istehsal xərcləri və məhsulun maya dəyəri.

Plan:

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.

Bazar münasibətləri şəraitində firma (müəssisə) mülkiyyətçidən ayrıldığından, əlahidləşdiyindən 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.

İstehsal xərclərinin məcmusu istehsal edilən məhsun 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 maya dəyəri onun istehsalına sərf edilmiş xammal, material, yanacaq-enerji resurslarının və kənardan alınmış yarımfabrikatların, həmçinin əməyin ödənilməsi xərclərinin və əsas fondlarbazar 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.

Plan 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 istehsal 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 edilirlər. 3. Firmanın sosial-mədəni, mənzil-kommunal, məişət və qeyriistehsal ehtiyaclarına sərf edilən xərclərdir. Bu xərclər istehsalla birbaşa əlaqədar olmadıqlarından məhsulun maya dəyərinə daxil edilmir və onlar, əsən, müəssisənin mənfəəti hesabına maliyyələşdirilir.

İstehsal 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 «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 mütnasib olaraq Dövlət sosial sığorta fonduna məcburi ayırmalar daxildir. «Əsas fondlarının amortizasiyası (köhnəlməsi)» xərc elementində əsas fondların balans dəyərində görə ölkə qanunvericilik aktlarında nəzərdə tutulandan yüksək olmayan normalarla hesablanmış amortizasiya (köhnəlmə) ayırmaları uçota alınır. Məhsulun maya dəyərində «Sair xərclər» elementində istehsalın hazırlanması və mənimsənilməsi xərcləri, istehsalın təşkili və texnologiyasının təkmilləşdirilməsinə, məhsulun keyyyətinin yüksəldilməsi tədbirlərinə sərf edilən cari məsrəflər, həmçinin ixtiralar və səmərələşdirici təkliflərlə əlaqədar məsrəflər əks etdirilir.

Plan 3. Məhsulun maya dəyərində göstəriciləri.

İstehsal posesinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq müəssisədə məhsulun maya dəyəri 3 formada – proses üzrə, sifariş üzrə və qarşılıq formalarda uçota alınır. Məhsulun maya dəyərində proses üzrə uçota alınması, bir qayda olaraq, eyni növ (həmcins) məhsulların kütləvi istehsalında tətbiq edilir. Məhsulun maya dəyərində hesablanmasında bu metod tətbiq edildikdə hesablamaya aşağıdakı mərhələlərə uyğun olaraq həyata keçirilir: – natural ölçü vahidləri ilə məhsul buraxışının (istehsalının) həcmində müəyyən edilməsi; – şərti ölçü vahidi ilə məhsul buraxışının (istehsalının) həcmində müəyyən edilməsi; – bütün məhsul istehsalına çəkilən xərclərin hesablanması; – şərti məhsul vahidində maya dəyərində müəyyən edilməsi; – xərclərin, ilin sonuna, hazır məhsul, yarımfabrikat və bitməmiş istehsal üzrə bölüşdürülməsi. Maya dəyərində 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 reystri 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 dəyərində uçotunun həm proses və həm də sifariş üzrə xüsusiyyətlərini özündə birləşdirən qarışıq metoddan istifadə edilir.

Plan 4. Maya dəyərində idarə edilməsi

Firmada məhsulun maya dəyərində idarə edilməsi kompleks xarakter daşıyır. Maya dəyərində idarə edilməsinə onun proqnozlaşdırılması və planlaşdırılması, xərclərin normalaşdırılması, məhsulun maya dəyərində kalkulyasiyası, maya dəyərində nəzarət edilməsi və onun tənzimlənməsi aiddir. Məhsulun maya dəyərində idarə edilməsi prosesində əmtəəlik (ümumi, realizə edilmiş) və ayrı-ayrı məhsul növlərində maya dəyəri formalaşdırılır, hər bir məhsul növünün qiyməti və rentabellik səviyyəsi

müəyyənləşdirilir, maya dəyəri təhlil edilir, plandan kənarlaşmalar və onların səbəbləri aşkar olunur, maya dəyərinin səviyyəsinə nəzarət edilir.

Məhsulun maya dəyərinin idarə edilməsinin mühüm istiqamətlərindən biri xərclərin fakitiki həcmnin və səviyyəsinin normativ və ya plan göstəriciləri ilə müqayisə edilməsidir.

Plan 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. 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. Məhsulun maya dəyərinin mütəmadi olaraq aşağı salınmasının, daha az xərclərlə daha yüksək istehsal-maliyyə nəticələrinə nail olunmasının «həmişəyaşar» mənbəyi qənaət rejiminin tətbiqi və ona əməl edilməsidir. Lakin yuxarıda qeyd edilənlərlə yanaşı onu da unutmamaq olmasın ki, məhsulun maya dəyərinin aşağı salınmasında ifrata varmaq məhsulun keyfiyyətinin pisləşməsinə səbəb ola bilər.

Mövzu № 14. Firmanın maliyyəsi, gəlirləri və vergi ödənişləri.

Plan:

1. Firmanın maliyyəsi və maliyyə resursları.
2. Firmanın maliyyə planı.
3. Firmanın maliyyə vəziyyətini əks etdirən göstəricilər.
4. Firmanın gəlirləri və mənfəəti.

"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.

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 səviyyələrində (strateji, taktiki, operativ) maliyyə resurslarının rolu bu və ya digər dərəcədə vacibdir, lakin firmanın inkişaf planında bunlar xüsusilə mühüm əhəmiyyət kəsb edirlər.

Plan 2. Firmanın maliyyə planı

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 açma 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.

Plan 3. Firmanın maliyyə vəziyyətini əks etdirən göstəricilər

Firmanın maliyyə vəziyyətinin sabitliyi haqqında informasiyanın əsas mənbəyi mühasibat uçotudur. Firma bazara daxil olduqda mühasibat 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 dolaylı 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. Aydındır 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 göstəricilərindən biri onun ödəmə qabiliyyətidir.

Plan 4. Firmanın gəlirləri və mənfəəti

Firmanın gəlirləri – il ərzində pul vəsaitləri və digər əmlak şəklində aktivlərin daxil olması, öz öhdəliklərini yerinə yetirməklə kapitalının həcmə 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 məqamlara 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.

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.

Mövzu № 15. Firmada qiymətin əmələ gəlməsi və firmanın xarici iqtisadi fəaliyyəti.
Plan:

1. Qiymətin əmələgəlmə qanunauyğunluqları. Qiymətin funksiyaları və növləri.
2. Firmanın qiymət siyasəti və qiymət strategiyası.
3. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin mahiyyəti, növləri və iqtisadi fəaliyyətinin tənzimlənməsi vasitələri.

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», «gözəyarı» deyil, reallığa istinadən müəyyənləşdirilməlidir. 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.

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, qiymətqoyma 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.

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.

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 gəlincə 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 topdansatış qiyməti; – tikinti məhsuluna qiymət; – tədarük qiymətləri; – yük və sərnişin nəqliyyatının tarifləri; – pərakəndəsətış qiymətləri; – əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin tarifləri; – xarici ticarət dövriyyəsinə xidmət göstərən qiymətlər. Sənaye məhsullarına topdansatış qiymətləri 2 növə – müəssisənin topdansatış qiymətinə və sənayenin topdansatış qiymətinə bölünür.

Plan 2. Firmanın qiymət siyasəti və qiymət strategiyası.

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 hazırlanması mərhələləri və reallaşdırılması ardıcılığı aşağıdakı şəkildə göstərilmişdir:

Firmanın qiymət siyasətinin formalaşmasına təsir göstərən bir güclü amil də dövlətin tənzimlənən qiymətlər və qiymətlər vasitəsilə iqtisadiyyatın tənzimlənməsidir, idarə edilməsidir. Qiymətlərin idarə edilməsi (tənzimlənməsi) və qiymətlərlə idarəetmə (tənzimləmə) öz məzmunlarına görə fərqli anlayışlardır, müxtəlif məqsədlər üçün düşünülmüş, işlənib hazırlanmışdır. Qiymətlərin idarə edilməsi – tənzimlənməsi – idarəetmə obyektini kimi dövlət orqanları, məhsul istehsalçıları və istehlakçıları tərəfindən faydalanmaq istəkləri və habelə dövlətin, firmaların, şirkətlərin və əhalinin maraqlarının qorunması məqsədilə qiymətlərin miqyası və səviyyəsinə təsir göstərməkdir.

Plan 3. Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin mahiyyəti, növləri və iqtisadi

Firmanın xarici iqtisadi fəaliyyətinin baş tutması üçün onun mənsub olduğu ölkənin iqtisadiyyatının digər ölkələrə açıqlığı əsas şərtidir. 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. 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.

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 etdirir. 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 tədiyə balansının tənzimlənməsinin böyük əhəmiyyəti vardır. Çünki tədiyə 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 göstərir. əyə maneələr yaranmır və onu dayandırmaq zərurəti ilə qarşılaşmır.