

DOI: <https://doi.org/10.36719/2706-6185/26/41-45>

Xavər Hüseynova
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
nesrin.91@mail.ru

GLOBAL İQTİSADİYYATDA MÜASİR İDARƏETMƏ NƏZƏRİYYƏLƏRİ

Xülasə

Strategiya qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün həyata keçiriləcək uzunmüddətli hərəkətlərin ümumiləşdirilmiş modelidir. Strategiya qərar qəbul edilməsi zamanı təşkilat rəhbərlərinin öz əllərində cəmləşdirdiyi qaydalar məcmusunu əks etdirir. Strategiyaya təşkilatın missiyasına və qarşıya qoyduğu məqsədlərə nail olunmasını təmin edən, təşkilatın zəif və güclü tərəflərini araşdıran, imkanları və gözlənilən təhlükələri müəyyənləşdirən ümumi kompleks plan kimi də baxılır.

Strategiya xarici mühitdə dəyişkənliyə reaksiya verməsinin vasitəsidir. Strategiya uzun müddətli məqsədlərə mərhələlər üzrə nail olmağın yollarını özündə birləşdirir. Strategiya təşkilatın məqsədini və ona nail olmağın yollarını müəyyən edərək vahid hərəkət istiqamətinin seçilməsində mühüm rol oynayır.

İstehsal funksional zonasının zəif və güclü tərəflərinin təhlili zamanı təşkilatın öz məhsul və xidmətlərini rəqiblərlə müqayisədə daha az xərclərlə reallaşdırmaq imkanları, təşkilatın yeni materiallar əldə etmək imkanları, təşkilatın avadanlığının vəziyyəti və avadanlığa xidmət səviyyəsi, təşkilatın onun rəqiblərinin xidmət göstərə bilmədiyi bazarlara xidmət göstərə bilmə imkanları, təşkilatda məhsul keyfiyyətinə nəzarət edə biləcək effektiv nəzarət sisteminin mövcudluğu, istehsal prosesinin təşkil olunma və planlaşdırılma səviyyəsi kimi məsələlər təhlil olunur.

Açar sözlər: *strategiya, strateji planlaşdırma, müasir iqtisadiyyat, bazar amilləri, siyasi amillər*

Khavar Huseynova
Azerbaijan Cooperation University
nesrin.91@mail.ru

Modern management theories in global economy

Abstract

A strategy is a generalized model of long-term actions to be taken to achieve a set goal. The strategy reflects the set of rules that the leaders of the organization concentrate in their hands during decision-making.

Strategy is also viewed as a general comprehensive plan that ensures the achievement of the organization's mission and goals, examines the organization's weaknesses and strengths, and identifies opportunities and expected threats. Strategy is a means of responding to changes in the external environment. A strategy includes ways to achieve long-term goals in stages. Strategy plays an important role in choosing a single course of action by determining the organization's goal and ways to achieve it.

During the analysis of the weaknesses and strengths of the production functional area, issues such as the organization's ability to realize its products and services at lower costs compared to competitors, the organization's ability to acquire new materials, the condition of the organization's equipment and the level of service to the equipment, the organization's ability to serve markets that its competitors cannot serve, the existence of an effective control system that can control product quality in the organization, and the level of organization and planning of the production process are analyzed.

Keywords: *strategy, strategic planning, modern economy, market factors, political factors*

Giriş

Tədqiqat mövzusunun aktuallığı. Bazar münasibətləri şəraitində makroiqtisadi və mikroiqtisadi sferada qarşıda duran ən mühüm vəzifələrdən biri də müasir idarəetmənin nəzəri və metodoloji problemlərini araşdırmaq və həll etməkdir. Çünki, elə bir sahə yoxdur ki, orada idarəetməyə ehtiyac olmasın. İdarəetmə insanların fəaliyyətini istiqamətləndirməklə və onların davranışlarının əsaslarını yaratmaqla məqsədə nail olmaq bacarığı olub, insan fəaliyyətinin bütün sahələrinə aid edilə bilər. Bazar münasibətlərində baş verən dəyişikliklər iqtisadi sistemin mahiyyətini dəyişdirərək bütövlükdə idarəçilik münasibətlərində də dəyişikliklər etməyə sövq edir (Abbasov, 2011: 59). İdarəetmə münasibətlərində dəyişiklik isə yeni bazar münasibətləri şəraitində idarəetmənin təkmilləşdirilməsini və inkişafını nəzərdə tutur. Bu mövzunun aktuallığı onunla xarakterizə olunur ki, idarəetmənin təkmilləşdirilməsinin və inkişafının əsasında müasir idarəetmə nəzəriyyələrinin və konsepsiyalarının formalaşdırılması və inkişafı durur. Ona görə də müasir idarəetmə nəzəriyyələrinin və konsepsiyalarının öyrənilməsi çox aktual bir məsələdir, eyni zamanda mühüm nəzəri və praktiki əhəmiyyət kəsb edir.

Müasir iqtisadiyyatda baş verən mütərəqqi dəyişikliklər təsərrüfat subyektlərinin rəqabət qabiliyyətini yüksəltməyə imkan verən təsərrüfatçılıq siyasəti və strategiyasının işlənilib hazırlanmasını tələb edir. Xarici mühitdə baş verən dəyişikliklər və güclü rəqabət şəraitində təşkilatın inkişafının idarə edilməsinin müasir aləti strateji idarəetmədir (Axundov, 2001: 78). Təcrübə göstərir ki, kompleks planlaşdırma və idarəetməni həyata keçirən təşkilatlar daha uğurlu fəaliyyət göstərir və daha çox mənfəət əldə edir.

“Strategiya” sözü yunan sözü olan “strateqos”-dan götürülmüşdür və mənası “generalın məharəti” deməkdir. Bu termin ilk əvvəl hərbi mənşəli söz olmuşdur. Lakin, XX əsrin son rübündən başlayaraq bu anlayış idarəetmənin nəzəriyyə və praktikasında geniş istifadə olunmağa başlanılmışdır.

Strategiya qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün həyata keçiriləcək uzunmüddətli hərəkətlərin ümumiləşdirilmiş modelidir. Strategiya qərar qəbul edilməsi zamanı təşkilat rəhbərlərinin öz əllərində cəmləşdirdiyi qaydalar məcmusunu əks etdirir (Axundov, 2000: 98). Strategiyaya təşkilatın missiyasına və qarşıya qoyduğu məqsədlərə nail olunmasını təmin edən, təşkilatın zəif və güclü tərəflərini araşdıran, imkanları və gözlənilən təhlükələri müəyyənləşdirən ümumi kompleks plan kimi də baxılır. Strategiya xarici mühitdə dəyişkənliyə reaksiya verməsinin vasitəsidir. Strategiya uzun müddətli məqsədlərə mərhələlər üzrə nail olmağın yollarını özündə birləşdirir. Strategiya təşkilatın məqsədini və ona nail olmağın yollarını müəyyən edərək vahid hərəkət istiqamətinin seçilməsində mühüm rol oynayır.

Təşkilatın strategiyası özündə strateji vəziyyətin prioritetlərini, resursları və strateji məqsədlərə nail olunması üzrə atılacaq addımların ardıcılığını müəyyən edən baş hərəkət planını əks etdirir. Strategiyanın başlıca vəzifəsi təşkilatın hazırkı vəziyyətindən rəhbərliyin təşkilatı gələcəkdə görmək istədiyi vəziyyətə çatdırılmasından ibarətdir.

Nəzərdə tutulan və ya planlaşdırılan strategiya hələ faktiki strategiya deyil, onun yalnız bir hissəsidir, ikinci hissə isə dəyişən şərtlərlə bağlı rəhbərlik tərəfindən operativ qəbul edilmiş strategiyadır. Sonuncular aşağıdakı səbəblərdən meydana gələ bilər: iri texniki və texnoloji dəyişikliklərin meydana gəlməsi; rəqiblərin bazara uğurlu yeni məhsullar çıxarması; yeni qanunların və ya dövlət qərarlarının meydana çıxması; dövlət siyasətindəki dəyişikliklər; istehlakçıların zövqlərinin dəyişməsi və ya başqa məhsullara meylli olmaları (Menkyu, 2009: 45).

Strateji idarəetmə strategiyaların işlənilib hazırlanması və reallaşdırılması üzrə təşkilatların fəaliyyətləri ardıcılığını müəyyən edən prosesi əks etdirir. Strateji idarəetmə məqsədlərin qoyuluşunu, strategiyaların işlənilib hazırlanmasını, lazımı resursların müəyyən olunması və təşkilata qarşı qoyulmuş vəzifələrə nail olmağa imkan verən xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqələrin saxlanılmasını da özündə birləşdirir (Qeybullayev, 2000: 65).

Seçilmiş obyektə asılı olaraq strateji idarəetmənin aşağıdakı istiqamətlərini fərqləndirirlər:

- Korporativ strategiya – bütövlükdə təşkilatın strategiyası;
- Biznes strategiyası – təşkilatın ayrı-ayrı strateji bölmələrinin strategiyası;

– Funksional strategiya – funksional təsərrüfatçılıq zonalarının strategiyası.

Strateji idarəetmənin obyektlərinin üç qrupunu fərqləndirirlər:

1. Təşkilat - strateji idarəetmənin obyekti kimi özündə struktur bölmələrini (strateji təsərrüfatçılıq bölmələrini) birləşdirən açıq kompleks sosial – iqtisadi sistem kimi baxılır.

2. Strateji təsərrüfatçılıq bölmələri (STB) – təşkilatın fəaliyyətinin istiqaməti və ya bir sıra yaxın istiqamətlərin məcmusu kimi başa düşülür. STB-lər bazar prinsipləri əsasında işləyən müstəqil təsərrüfat bölmələri olub bazarda öz seqmentində tam rəqabət qabiliyyəti göstərməyə qadir olan tədarükçü, istehlakçı və rəqiblər dairəsinə malikdirlər.

3. Təşkilatın funksional zonaları – müəyyən funksiyaların yerinə yetirilməsi üzrə ixtisaslaşan və həm ayrı-ayrı STB-nin, həm də təşkilatın effektiv fəaliyyətini təmin etmək üçün təşkilat cəhətdən funksional struktur bölmələrinə həvalə edilən fəaliyyət sferası başa düşülür.

Strateji idarəetmənin iki əsas son məhsulunu bir-birindən fərqləndirirlər. Birincisi, yaxın perspektivdə məqsədə çatmağa imkan verən təşkilatın potensialı. Təşkilatın potensialı dedikdə təşkilatın malik olduğu xammal, maliyyə və insan resursları, istehsal olunmuş məhsullar və xidmətlər, izlənməsi təşkilata öz məqsədlərinə çatmağa kömək edən sosial davranış qaydaları toplusundan ibarətdir. Strateji idarəetmənin digər son məhsulu isə xarici mühitdə təşkilatın dəyişikliklərə olan həssaslığını təmin edən daxili struktur və təşkilati dəyişikliklərdir (Hüseynov, 2009: 375).

Strateji idarəetmənin əsasını strateji planlaşdırma təşkil edir. Strateji planlaşdırma özündə təşkilatın məqsədinin seçilməsi və həlli prosesini, buna nail olma yollarını birləşdirir. O, bütün idarəetmə qərarlarının əsasını təşkil edir. Strateji planlaşdırma təşkilatın niyyət və məqsədlərinin formalaşdırılması, lazımı resursların müəyyən edilməsi və əldə olunması üçün xüsusi strategiyaların seçilməsi və təşkilatın gələcəkdə effektiv işini təmin etmək məqsədilə onların bölüşdürülməsi prosesidir. Strateji planlaşdırma prosesi idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsinə kömək edən alətdir. Onun əsas vəzifəsi ətraf mühitdə baş verən dəyişikliyə adekvat reaksiya verə bilən yeniliklərin və təşkilati dəyişikliklərin təminatından ibarətdir. O, təşkilatın artımını təmin edən və onun mövqelərinin möhkəmləndirilməsinə xidmət edən ümumi istiqamətlərin təyin olunması ilə yekunlaşır (Məmmədov, 2009: 75).

Strateji planlaşdırma prosesi aşağıdakı mərhələləri əhatə edir:

1. Niyyət və məqsədlərin müəyyənləşdirilməsi;
2. Xarici mühitin təhlili;
3. Zəif və güclü tərəflərin təhlili;
4. Strateji alternativlərin təhlili və strategiyanın seçilməsi;
5. Strategiyanın reallaşdırılmasının nəticəsi;
6. Strategiyanın qiymətləndirilməsi.

Strateji planlaşdırma prosesinin qeyd olunmuş mərhələlərini daha geniş izah edək.

Missiya və məqsədlərin müəyyənləşdirilməsi. Missiya ali məqsəddir. Ali məqsəd təşkilatın ictimai statusunu formalaşdırır. Strateji planlaşdırma zamanı təşkilatın missiya və məqsədlərinin seçilməsi birinci və ən məsuliyyətli qərardır. Missiya və məqsədlər planlaşdırmanın bütün sonrakı mərhələləri üçün oriyentir rolunu oynayır və alternativ inkişafı təhlil edərkən təşkilatın fəaliyyət istiqamətinə müəyyən məhdudiyyətlər qoyur. Missiyanın əsasında onun həddləri çərçivəsində işlənib hazırlanan əsas məqsədlər durur (Yahudov, 2002: 93).

Təşkilatın məqsədlərinin formalaşdırılması üzrə bir neçə addımdan ibarət alqoritm tövsiyyə olunur:

- Məqsədlərin təşkilatın uğurlu inkişafının zəruri şərti kimi təqdim olunması və formalaşdırılmasının vacibliyinin dərk edilməsi.
- Məqsədlərin ifadə edilməsi (formalaşdırılması).
- Məqsədlərin məntiqi qurulması
- Əməkdaşların məqsədlərin formalaşdırılmasına cəlb edilməsi. Niyyət və məqsədlər.

Xarici mühitin təhlili Zəif və güclü tərəflərin təhlili Strateji alternativlərin təhlili və strategiyanın seçilməsi Strategiyanın reallaşdırılmasının nəticəsi Strategiyanın qiymətləndirilməsi

40 Xarici mühitin təhlili. Xarici mühitin təhlili təşkilatın ətraf mühit amillərinin və subyektlərinin inkişaf perspektivlərinin və vəziyyətinin qiymətləndirilməsi ilə xarakterizə olunur. Xarici mühitin təhlilinin köməyi ilə təşkilatın qarşılaşacağı potensial təhlükələri və açılan yeni imkanları qabaqcadan görmək mümkün olur. Xarici mühitin analizi potensial təhlükə və yeni imkanların meydana çıxmasını vaxtında proqnozlaşdırmağa, gözlənilməz vəziyyətlərin meydana gəlməsi zamanı situasiyalı planları işləyib hazırlamağa və potensial təhlükələri sərfəli imkanlara çevirməyə şərait yaradır.

Təşkilatın xarici mühitinin 7 sferasında potensial təhlükə və imkanlar meydana gələ bilər. Bu amil qrupları aşağıdakılardır:

- İqtisadi amillərin təhlili zamanı inflyasiya (deflyasiya) templəri, vergi dərəcəsi, əhəlinin məşğulluq səviyyəsi, müəssisələrin ödəmə qabiliyyəti nəzərdən keçirilir.

- Siyasi amillərin təhlili zamanı ticarət üzrə razılaşmalar, ölkələr arasında tariflər, yerli hakimiyyət orqanlarının və mərkəzi hökumətin normativ aktları, iqtisadiyyatın hüquqi tənzimlənməsinin inkişaf səviyyəsi nəzərdən keçirilir.

- Bazar amilləri təşkilatın fəaliyyət effektivliyinə dolayı təsir göstərən çoxlu sayda xüsusiyyətləri özündə birləşdirir. Bu amillərin təhlili təşkilatın strategiyasını dəqiqləşdirməyə və bazardakı mövqeyinin möhkəmləndirilməsinə imkan verir.

- Texnoloji amillərin təhlili zamanı təşkilat rəhbərliyi tərəfindən xarici mühitdə baş verən texnoloji dəyişikliklərin izlənilməsi nəzərdə tutulur. Təşkilat özünün mövcudluğu üçün təhlükə olan texnoloji dəyişikliklərin meydana gəlməsi anını ötürməməlidir. Xarici mühitdə baş verən texnoloji dəyişiklik təşkilatı rəqabət şəraitində çarəsiz qoya bilər. Təşkilat texnoloji dəyişiklikləri izləməklə buna vaxtında reaksiya verə bilər.

- Rəqabət amillərinin təhlili rəqiblərin fəaliyyətinə daimi nəzarəti nəzərdə tutur. Rəqiblərin təhlili zamanı 4 tədqiqat zonası fərqləndirilir: rəqiblərin gələcək məqsədlərinin təhlili; rəqiblərin cari strategiyalarının qiymətləndirilməsi; rəqiblərə münasibətdə ilkin şərtlərin qiymətləndirilməsi; rəqiblərin güclü və zəif tərəflərinin, sahənin inkişaf perspektivinin öyrənilməsi.

- Sosial amillərin dedikdə dəyişən ictimai dəyərlər, məqsədlər, münasibətlər, adətlər nəzərdə tutulur. Xarici mühitdəki sosial amillərlə əlaqədar problemlərin öhdəsindən gəlmək üçün təşkilat sosial sistem kimi özü dəyişməli və xarici mühitə adaptasiya olmalıdır.

- Beynəlxalq amillərin təhlili zamanı digər ölkələrin hökumətlərinin milli bazarın ümumilikdə və ya ayrı-ayrı sahələrinin müdafiəsi və ya genişləndirilməsi üzrə söylərinə nəzərdə tutan siyasətinin izlənilməsi lazımdır.

Zəif və güclü tərəflərin təhlili. Təşkilat rəhbərliyi xarici mühiti təhlil edərək potensial təhlükə və yeni imkanlar haqqında məlumat əldə etdikdən sonra təşkilatın güclü və zəif tərəflərini qiymətləndirməlidir. Təşkilatın güclü və zəif tərəflərinin təhlili xarici potensial təhlükələrlə bağlı yaranacaq problemləri mürəkkəbləşdirə bilən daxili zəifliklərin tədqiqinə və yeni imkanlardan istifadə etmək üçün firmanın daxili qüvvələrinin mövcudluğunun öyrənilməsinə xidmət edir.

Daxili problemlərin diaqnostikası üçün tətbiq edilən metod idarəetmə müayinəsi adlandırılır. Strateji planlaşdırma məqsədləri üçün 5 funksional zonanın – marketing, maliyyə (mühasibat uçotu), istehsal, insan resursları, təşkilatın mədəniyyət və imicinin müayinəsi məqsədəuyğundur.

Marketing funksional zonasının təhlili zamanı 7 vacib elementə diqqət yetirilməlidir:

1. Bazar payı və rəqabətliyi;
2. Çəşidin müxtəlifliyi və keyfiyyəti;
3. Bazar demoqrafiyası;
4. Bazar tədqiqatları;
5. Alıcılara satışdan qabaq və satışdan sonrakı xidmət;
6. Satış, reklam və malların yeridilməsi;
7. Mənfəət.

Maliyyə (mühasibat uçotu) funksional zonasının təhlili təşkilatın rəhbərliyini gələcəkdə hansı strategiyayı seçəcəyini müəyyənləşdirir.

Nəticə

Maliyyə vəziyyətinin detallı təhlili artıq mövcud olan və potensial zəiflikləri aşkarlamağa kömək edir. Maliyyə vəziyyətinin təhlili maliyyə təftişi metodları ilə aparılır. İstehsal funksional zonasının təhlili təşkilatın daxili strukturunun xarici mühitdəki dəyişikliklərə vaxtında adaptasiyası və rəqabət mühitində onun sağ qalması üçün vacib əhəmiyyət kəsb edir.

Ədəbiyyat

1. Abbasov, A. (2011). Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Dərslik. Bakı, 464 s.
2. Axundov, M. (2001). "Strateji idarəetmə". Bakı, 207 s.
3. Axundov, M. (2000). "İşlətməçiliyə giriş". Bakı, 59 s.
4. Menkyu, Q. (2009). "Ekonomiksin prinsipləri". Bakı, 794 s.
5. Qeybullayev, Q. (2000). İdarəçiliyin-menecmentin əsasları. Bakı, 184 s.
6. Hüseynov, T. (2009). Firmanın iqtisadiyyatı. Dərslik. Bakı, 588 s.
7. Məmmədov, S. (2009). İdarəetmənin əsasları. Bakı, 230 s.
8. Yahudov, X. (2002). "Müəssisənin iqtisadiyyatı". Bakı, 245 s.

Göndərilib: 01.06.2023

Qəbul edilib: 17.07.2023