Hazırladı: Yunus Kazımov (AƏSMA)

 3. Müəssisə istehsal menecment sisteminin obyekti kimi.

 Bazar İqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin idarə edilmə- si mərkəzləşdirilmiş inzibati idarəetmə sistemi ilə müqayisədə xeyli mürəkkəbləşir. Bu onlann hüquq və məsuliyyətlərinin genışlənməsi və həmçinin dəyişən ətraf təsərrüfat mühitinə da- ha çevik uyğunlaşması zənırəti ilə əlaqədardır. Bazar iqtisa- diyyaü şəraitində əvvəllər təşkilatlar qarşısında qoyulmayan və ya onlar tərəfindən müstəqil hall edilməyən yeni məqsədlər və məsələlər meydana çıxmış, çoxlu yeni müəssisələr yaradılımş, mülkiyyət formalan dəyişmiş, yeni təsərrüfat əlaqələri yaran- mış, idarəetmənin ba2ar mexanizmləri formalaşmış və forma- laşmaqdadır. Bununla əlaqədar yaranan problemləri müasir menecment olmadan həll etmek mümkün deyildir. Bununla belə, yeni sosial və iqtisadi münasibətlər möhkəmləndikcə, menecmentin rolu getdikcə artacaqdır.

Menecment-ictimai inkişafm güclü hərəkətvericisi və

sürətləndiricisidir.

 “Menecment” termini bir qayda olaraq müxtəlif məna- larda işlənilir. “Menecment” hərfi mənada insanlara rəhbərlik deməkdir. Hazır ki zamanda menecmentə çoxlu və müxtəlif təriflər verilmişdir. Odur ki, ona verilən təriflər tam olmaya- caqdır.

Ona görə də biz, bu təriflər Üzərində dayanmayacağıq. Bizim üçün məqsədəuyğun odur ki, istehsal və təşkil ilə əla- qədar qəbul olunmuş “menecment” və “menecment sistemi” anlayışlanna diqqət yetirək.

 “Menecınent” — insanlann məqsədlər sisteminə nail ol- maq üçün proseslərin təşkili ile, əlaqələndirilməsilə məşğul olan, elmi baxımlann, marketinq konsepsiyasının və s. insan amillərinin istifadə edilməsilə qəbul olunan və realizə edilən peşə fəaliyyətİ növüdür.

 Müasir menecment - idarəetroə qərarlannın minlərle mümkün olan variantlan və nüanslandır. Bir müəssisənin iş- ləyib hazıriadığı və özünü yaxşı göstəraıiş yanaşmalar (ba- xımlar), başqa müəssisə üçün nəinki faydasız, hatta zərərli ola bilər.

Konkret vəziyyətlardə menecment gedişlərinin çox vari- antlılığı, təsərrüfat kombinasiyalanntn çevikliyi və qeyri- adiliyi, iş fəaliyyətinin bu və ya digər üsulunun təkrar olun- mazlığı işcıl idarəetmənin əsasım təşkil edir.

Menecment mürakkəb, sahələrarası elm olub, müxtəlif elm sahələrinə əsaslanır. Müstəqil bilik sahəsi olan ınenecrncnt texnika, ekologiya, iqtisadiyyat, psixologiya, riyaziyyat, sosio- logiya, idarəetmənin təşkili, hüquq və s. fənnlərlə qärşılıqh əlaqəlidir. Menecment sistemi ıəqabətqabiliyyətli qərarlann qəbulu ve realizə edilməsinə imkan verən elmi baxımlar, me- todlar, məqsədli, təminat, funksional və idarəedici alt sistemle- ri özündə biriəşdirən sistemdir. Beləliklə, menecment komp- leks elmdir və onun məqsədi rəqabətqabiliyyotli və səmərəli idarəetmə qərarlannı n və eyni zamanda bütünlükdə müəssisənin menecment sisteminin yerinə yetirilməsinə nail olmaqdır.

 “Müəssisənin menecmenti” dedikdə, iqtisadiyyatın istənilən müəssisəsində son məqsəd kimi mənfəət götürmək üçün fəaliyyətinin idaıə edİlməsi başa düşülür. MÜəssisələr sə- naye, ticarət, inşaat, nəqliyyat və s. sahələrinə aid olub, müxtəlif növ fəaliyyət dairələrində, elmi-tədqiqat və təcrübi- konstruktor işləri (ETTKİ), istehsal, satış, maliyyə və s. sahələrdə işləyə bilərlər. Müəssisənin və ya firmanın təsərrüfat fəaliyyətinin məzmununu istehsal prosesinin bütiin lazımi resurslarla və bütünlükdə texnoloji tsiklin təşkil olunması: istehsalda ETTKİ nəticələrinin tətbiq edilməsi; istehsal texno- logiyasımn işlənib hazırlanması və təkmılləşdirilməsi; məhsulun tələb olunan səviyyədə və keyfiyyətinin təmin edilməsi; kommersiya əməliyyatlannın apanlması; istehsaia texniki xidmətin təşkili, istehsahn maddi-texniki təchizatı, material resurslan ilə təminat, idarəetmə heyətinin təntinatı, bütün növ hesahlamalann yerinə yetirilməsi və s. əhatə edir.

Müəssisənin menecmenti onun hər tərəfli fəaliyyətinin idarə edilməsini nəzərdə tutur. Məlum olduğu kimi, müəs- sisənin fəaliyyətini birləşdirən əsas manqa məhsul istehsah (xıdmət) hesab edilir. Müəssisənin fəaliyyətinin digər istiqa- mətləri məhsul istehsah üzrə işləri normal təmin etmək üçiin təyin olunuriar. Müəssisanin daha səmərəli idarə edilməsi üçün menecmentin elmi əsaslan işlənib haztrlanır. Onurı aytı-ayn şərti müstəqil istiqaməüəri fərqləndirilir (şəkil i.l).

 Müəssisənin menecmenti elə quruimalıdır ki, az xərclə istehsaltn səmərəliliyinin daha da yüksəldilməsinə nail olunsun. Bunun flçfln yeni imkanlan daima axtanb tapmaq, qoyulan məsələlərin həlli üçün müxtəlif mənbələrdən resursları tapır istifadə etmək imkam əldə olunsun.

 Menecment sahəsındə bir çox mütəxəssislər müəssisənin istehsal menecmentini müəssisənin maliyyə-iqtisadi idarə ediiməsi kimi təqdim edirlər. O, əsasən üç dayaq üzərində qunılur: çeşidin idarə edilməsi, maya dəyərinin idarə edilməsi və maliyyənm idarə edilməsi. Müəssisənin idarə edilməsinin bu funksiyalan informasiyanm daima mübadiləsi sayəsində bir-birilə sıx əlaqəlidir və bunun neticəsində:

Müəssisənin menecmenti:

=> Menecmentin əsasları:

 İdarəetmə nəzəriyyəsi

 Təşkil nəzəriyyəsi

 Idarəetmə sisteminin tədqiqi

 İdarəetmə qərarlanmn hazırianması,

=> Strateji menecment:

(Strategiyamn planlaşdmlması, seçilməsi və reallaşdırlmasının idarə edilməsi)

=> MaJiyyə menecmenti:

(Maliyyələrin idarə edilməsi)

=> İnnovasıya menecmenti:

(Yenilik etmələrin idarə edılməsi)

=> İstehsai menecmenti:

(Istehsalın planlaşdmlması, təşkili və idarə edilməsi)

=> Ekoloji menecment:

(Ekoloji proseslərin idarə edilməsi)

=> Xaricı iqtisadı fəaliyyətin menecmenti:

(Xarici iqtisadi əlaqələrin idarə edilməsi)

=> Heyətin idazə edilməsi:

(Mtüəssisənin heyati ilə işləmə konsepsiyası, prinsipləri və metodlan)

 Məlumdur ki, məhsul çeşidi, onun hər bir növündən yalnız səmərəlik nöqteyi nəzərdən seçım arasında tərtib olunur. Vəsaitlərin daima çatışmadığı halda bu, çeşidin azalmasına, is- tehlakçılann itirilməsinə gətirib çıxara bilər ki, nəticədə dövriyyənin böyük mıqdarda ixtisanna səbəb olar. Odur ki, bu amillərdən birinin nəzərə alınmaması bütövlükdə aktivliyi əks etdirmir.

 İdarəetmənin sadalanan funksiyaları strukturlaşdınlmış informasiya olmadan fəaliyyət göstərə bilməzlər. Belə informasiyanm yığılması və işlənməsi — müəssisədə marketinq xidmətinin vəzifesidir. Marketinq xİdmətinin vəzifələri ənənəvi kənar marketinqlə, yəni qiymətlər, təqiblər və s. haqqında informasiya toplamaqla məhdudlaşmır, öz müəssisəsinin öyrənilməsində daxili marketinqin böyük rolu vardır, onun vasitəsi ilə, kiçik vaxt ərzində müəssisənin maliyyə-iqtisadi vəziyyəti haqqında tam və obyektiv informasİya almaq mümkündür.