

QIDA MÜƏSSİSƏLƏRİNİN RƏQABƏTQABİLİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

F.F.BABAYEV

AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutunun doktorantı

Hər bir sənaye müəssisəsinin əsas məqsədi - daha az məsrəflərlə istehsalı təşkil etməkdir ki, bu da həmin müəssisənin rəqabət qabiliyyətini və gəlirlərini təmin edəcəkdir. İstənilən müəssisənin rəqabətqabiliyyətli olmasının əsas şərtlərindən biri - onun davranış strategiyasının dəqiq ifadə olunmasıdır. Strategiya o zaman səmərəli olur ki, müəssisənin fəaliyyəti düzgün təşkil edilsin və onun inkişaf istiqamətləri müəssisənin ətrafında baş verən dəyişikliklərə, inkişaf meyillərinə müvafiq olsun. İstehsalın daxili təhlili ona görə aparılır ki, xarici imkanlardan istifadə etmək üçün, müəssisənin kifayət qədər daxili gücünün olması müəyyən olunsun. Abşeron iqtisadi rayonunda yerləşən qida müəssisələrinin rəqabət qabiliyyəti dərəcəsinin müəyyən olunması və bu müəssisələrin inkişaf strategiyasının hazırlanması məqsədi ilə, onların fəaliyyətini əks etdirən göstəricilərin təhlili aparılmışdır.

2008-2018-ci illər ərzində müəssisələrin fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üç əsas istiqamət üzrə aparılmışdır: istehsal gücünün, işgüzar aktivliyin və maliyyə vəziyyətinin təhlili. Tipik, eynicinsli qrupların yaradılması üçün, statistik məlumatlar əsas əlamətlərinə görə qruplaşdırılmışdır. Hər bir qrupda, istehsal gücünü, işgüzar aktivliyi və maliyyə vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilər toplanaraq, müəyyən edilmişdir. Bu qruplara daxil olan göstəricilərin təhlili müəssisələrin güclü və zəif tərəflərini üzə çıxartmağa, regionun qida müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin artırılması məqsədi ilə idarəetmə strategiyasının formalaşması üçün tələb olunan əsas istiqamətləri müəyyən etməyə imkan verir.

Açar sözlər: qida sənayesi, rəqabət qabiliyyəti, satışın rentabelliği, ekspert metodu, güclü və zəif tərəflər.

İstənilən müəssisənin rəqabətqabiliyyətli olmasının əsas şərtlərindən biri - onun davranış strategiyasının dəqiq ifadə olunmasıdır. Müəssisənin maliyyə-istehsal aspektində düzgün seçilmiş strateji siyasət nəinki bazarda mövqelərinin möhkəmlənməsində, ümumilikdə müəssisənin inkişaf meyillərinin güclənməsində yardım edəcək.

Müəssisənin strategiyasını formalaşdırarkən, ilk növbədə onun xarici və daxili mühitini nəzərə almaq və qiymətləndirmək lazımdır. Strategiyanın səmərəliliyi ondan ibarətdir ki, müəssisənin fəaliyyəti düzgün təşkil olunsun, onun ətrafında baş verən dəyişikliklərə, meyillərə müvafiq olsun. Xarici imkanlardan istifadə etmək üçün müəssisənin daxili gücünün kifayət etməsinin müəyyən edilməsi məqsədi ilə onun daxili mühitinin təhlili aparılır [1].

Qida müəssisələrinin rəqabət dərəcəsinin müəyyən edilməsi və onların fəaliyyətinin idarə edilməsi strategiyasının hazırlanması məqsədi ilə, Abşeron iqtisadi rayonunun qida sənayesi müəssisələrinin fəaliyyətini əks etdirən göstəricilərin təhlili aparılmışdır. Müəssisələrin fəaliyyətinin təhlili 2008-2018-ci illəri əhatə edir və üç əsas istiqamət üzrə aparılmışdır: istehsal gücünün təhlili, işgüzar aktivliyin təhlili və maliyyə vəziyyətinin təhlili. Ümumilikdə 20 müəssisənin fəaliyyəti təhlil edilmişdir. Onlardan altısı - çörəkbişirmə, dördü - şərəbçilik, dördü - un üyütmə, altısı - ət-süd sənayesinə aiddir. Təhlil nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, bu seqmentlərin hər birində həm rentabelli, həm də ziyanla işləyən müəssisələr var.

Hər bir müəssisənin əsas məqsədi - daha az məsrəflərlə istehsalın təşkil edilməsi, rəqabət qabiliyyətliyi və gəlirliliyin təmin edilməsidir. Təəssüf ki, Abşeron iqtisadi rayonunda yerləşən qida sənayesi müəssisələrinin istehsal etdikləri məhsullar həddindən çox məsrəfidirlər. Müəssisələrin əksəriyyətində məhsulun material tutumu göstəricisi yüksək səviyədədir və artıma meyillidir. Yüksək enerji tutumu, xammala, enerjiyə və yanacağa olan qiymətlərin artması, istehsalın texniki cəhətdən yenidən qurulmasına olan ehtiyacın yüksək olması - əməliyyat xərclərinin strukturunda maddi xərclərin payını artıran əsas amillərdəndir. Bu da öz növbəsində, məhsulun maya dəyərini artırmasına gətirib çıxarır.

Qiymətin artması və istehlakçıların gəlirlərinin azalması əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır. Bunun da nəticəsində məhsulun satış həcmi azalır [2].

Abşeron iqtisadi rayonunun qida sənayesi müəssisələrində əsas fondların aşınma dərəcəsi 44% təşkil edir. Bəzi müəssisələrdə bu göstərici 60%-dən çoxdur. Bu amilin neqativ təsiri həmin müəssisələrdə yeni texnologiyaların tətbiqini, istehlak bazarını qida məhsulları ilə kifayət qədər doyurmaq üçün istehsalı təşkil etmək, məhsulun çeşidini və keyfiyyətini yeniləmək imkanlarını məhdudlaşdırır [7].

Müəssisələrin gəlirləri çox aşağıdır, bu da texniki gerilik, yüksək vergi dərəcəsi və əsas fondların yüksək aşınma dərəcəsi ilə şərtlənir [3]. Əgər inkişaf etmiş ölkələrdə əsas fondlar hər 12-15 il yenilənsə,

Azərbaycanda bu proses 40 il və daha çox təşkil edir.

Müəssisələrin əksəriyyətində debitor borcun artması müşahidə olunur ki, bu da bir tərəfdən, işgüzar aktivlik səviyyəsinin artmasından xəbər verir. Digər tərəfdən, əgər bu borcun artması qeyri-səmərəli kredit siyasəti, tərəfdaşların yanlış seçimi, onların kredit qabiliyyətinin, maliyyə vəziyyətinin qiymətləndirilməsinin (kredit reytinginin qiymətləndirilməsi) olmaması ilə şərtlənsə, bu, aktivlərin bir hissəsinin dövrüydən çıxarılmasını göstərir və qaçılmaz olaraq, maliyyə dayanıqlılığının, ödəniş qabiliyyətinin pisləşməsinə və nəticə etibarilə, bankrotluq riskinin artmasına gətirib çıxarır. Bəzi müəssisələrdə debitor borcunun azalması səmərəli kredit siyasəti, əsaslandırılmış tərəfdaş seçimi, maliyyə vəziyyətinin yaxşılaşması ilə təsdiq edilir. Digər müəssisələrdə kredit borcunun azaldılması (borc öhdəliklərində azalma) kreditlə satışların azaldılmasını, məhsul istehlakçılarının itirilməsini göstərir. Belə azalma satılmayan mal qalıqlarının artması ilə müşayiət olunur və mənfi qiymətləndirilir. Anbarlarda hazır məhsul qalıqlarının artması satış bazarlarının itirilməsini göstərir və kapital dövrüyyəsinin ləngiməsinə, nağd pul vəsaitlərinin azalmasına gətirib çıxarır [4].

Aparılmış tədqiqatın nəticələrinə görə müəyyən edilmişdir ki, demək olar ki, bütün müəssisələrdə şəxsi kapital çatışmaması mövcuddur. Kredit vəsaitlərinin payı artır ki, bu da öz növbəsində müəssisələri xarici mənbələrdən asılı edir. Likvidlilik əmsalları normadan aşağıdır, bu da, müəssisəyə kredit verən tədarükçülər və banklar üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Ümumiləşdirici göstəricilər vasitəsi ilə tədqiqat obyektini bütövlükdə xarakterizə etmək üçün, ayrı-ayrı məlumatlar kütləsini qaydaya salmaq, sistemləşdirmək, emal etmək və statistik müşahidə nəticəsində əldə edilən nəticələri ümumiləşdirmək lazımdır. Bu, ümumilikdə statistik məcmunun və onun ayrı-ayrı tərkib hissələrinin xarakterik cəhətlərini, öyrənilən sosial-iqtisadi hadisə və proseslərin qanunauyğunluqlarını üzə çıxartmağa imkan verəcək.

Eyni-cinsli, eyni-tipli qrupların təşkili üçün qruplaşdırma əlamətinə görə statistik məlumatların ümumiləşdirilməsi aparılmışdır.

Sahibkar üçün müəssisənin rentabelliği göstəricisinin əhəmiyyəti çox böyükdür, çünki müəssisənin fəaliyyətinin son maliyyə nəticəsi məhz gəlirdir və o, müəssisənin maliyyə ehtiyatlarının əsas mənbəyidir. Rentabellik - müəssisənin fəaliyyətinin səmərəliliyini kompleks şəkildə xarakterizə edən göstəricidir. Onun vasitəsi ilə müəssisənin səmərəli idarə olunmasını qiymətləndirmək olar, çünki yüksək gəlir və yüksək gəlirlilik səviyyəsi əldə etmək, daha çox, idarəçilik qərarlarının düzgün və operativ qəbulundan asılıdır.

Bizim fikrimizcə, rentabellik göstəriciləri arasında satışın rentabelliği göstəricisi daha dərin iqtisadi əhəmiyyət kəsb edir, çünki o istehsal və kommertiya fəaliyyətinin səmərəliliyini xarakterizə edir, və həmçinin, müəssisənin məhsul satışından əldə etdiyi hər bir manatdan alınan gəliri göstərir. Buna görə də, tədqiqatda, statistik məlumatların ümumiləşdirilməsi məhz satışın rentabelliği göstəricisi üzrə aparılmışdır.

Tipik və bircinsli qrupların formalaşması üçün variyasiya cərgələrinin qurulmasına ehtiyac var. Bu variyasiya cərgələrində kifayət qədər qrup əks olunmalıdır ki, tədqiq olunan məcmunun tərkibi və bölgünün xarakteri haqqında təsəvvür yarana bilsin.

Qrupların sayını və intervalın həcmi təyin edərəkən, həm məcmunu çoxlu sayda xırda qruplara bölməkdən (belə olduqda, bölgü zamanı kütləvi məlumatlara xas olan qanunauyğunluqlar nəzərdən qaça bilər), həm də qrupların sayını həddindən artıq az götürməkdən (keyfiyyətə fərqli vahidlər bir qrupda birləşdirilirlər) qaçmaq lazımdır. Qrupların sayını müəyyən edərəkən, əlamətin variyasiyasının genişliyini, yəni onun maksimal və minimal dəyəri arasında fərqi nəzərə almaq lazımdır. Bir qayda olaraq, bu fərq nə qədər çox olsa, bir o qədər, yaradılan qrupların sayı çox ola bilər. Həmçinin, öyrənilən məcmunun sayını nəzərə almaq da vacibdir. Qrupların sayının nə az, nə də çox olması məqsəduyğundur. Hər bir qrupa kifayət qədər çoxlu sayda müşahidə vahidi düşməlidir. Qrupların sayı Stercess düsturuna əsasən və P.Levinskinin tövsiyələrinə uyğun olaraq, müəyyən edilmişdir [5].

Hesablamalar nəticəsində, gəlirsizlik və rentabellik səviyyəsinə görə dörd qrup müəssisə müəyyən edilmişdir (cədvəl 1).

Cədvəl 1

Rentabellik (gəlirsizlik) səviyyəsinə görə müəssisələrin qruplaşdırılması

Qruplar	Interval	Müəssisələrin sayı	Rentabelliğin orta dəyəri
I	(-6,7) qədər	7	-52,2
II	(-6,6)-dan 0 qədər	5	-4,1
III	0,1-dan 6,7-ya qədər	7	3,3
IV	6,8 və daha çox	5	10,5

Hər qrupda, istehsalın potensialını, müəssisənin işgüzar aktivliyini və maliyyə vəziyyətini xarakterizə edən göstəricilərin orta kəmiyyətləri hesablanmışdır (cədvəl 2), [6].

Cədvəl 2.

Qida sənayesi müəssisələrinin maliyyə-istehsal göstəriciləri üzrə qruplaşdırılması

Göstərici	I	II	III	IV	Kənarlaşma		
					I-dən -IV	II-dən -IV	III-dən -IV
İstehsalın maya dəyəri əmsali	97,54	83,57	77,83	75,81	-9,73	-7,76	-2,02
Aşınma, (%)	59,31	61,85	57,93	54,49	-4,81	-7,35	-3,43
Yenilənmə, (%)	2,73	3,41	5,67	10,75	8,02	7,34	5,08
Əməyin məhsuldarlığı, (manat)	216,74	354,75	165,30	320,88	104,14	-33,87	155,58
Ehtiyatların dövryyəsi əmsali	5,43	6,15	7,49	8,07	2,64	1,92	0,58
İstehsalın rentabelliği (%)	-52,16	-4,44	3,16	10,52	62,69	14,96	7,36
Dövryyə kapitalının rentabelliği, (%)	-74,08	-5,61	4,07	13,4	87,47	19,01	9,33
Ehtiyatların ödənilməsi mənbələrində şəxsi payın miqdarı	-14,58	-4,29	1,43	3,98	18,56	8,27	2,55
Debitor və kreditor borcun nisbəti	1,72	2,25	2,74	4,16	2,44	1,91	1,42
Aralıq likvidlik əmsali	0,6969	0,7245	1,1581	2,2142	1,5174	1,4898	1,0562

Xarici mühitdəki dəyişikliklər, rəqabət qabiliyyətini qoruyub saxlamaq və inkişaf etdirmək üçün müəssisənin tez və kifayət qədər adekvat reaksiyasını tələb edir. Bundan ötrü, xarici amillərin təsiri altında müəssisənin resurslarının və imkanlarının daima diaqnostikasının aparılması tələb olunur. Ekspert metodu olan SWOT -təhlilindən istifadə müəssisənin güclü və zəif tərəflərini üzə çıxartmağa və strukturlaşdırmağa imkan verir. Müəssisənin SWOT -təhlilinin aparılması cari vəziyyətin təhlilini və gələcəyin proqnozlaşdırılmasını nəzərdə tutur (təhlil olunan xarici amillərin inkişaf meyillərinin proqnozu, hər bir amilin üstünlüklərinin artırılmasına və çatışmazlıqlarının aradan qaldırılmasına istiqamətlənmiş tələb və təkliflərin hazırlanması).

Seçilmiş qrupların göstəricilərinin təhlili müəssisələrin güclü və zəif tərəflərini müəyyən etməyə imkan verir (cədvəl 3).

Beləliklə, bir neçə il ərzində qida sənayesi müəssisələrinin məcmu göstəricilərinin dinamik öyrənilməsi

Cədvəl 3.

Abşeron iqtisadi rayonunda yerləşən qida sənayesi müəssisələrinin güclü və zəif tərəflərinin SWOT - təhlili

Güclü tərəfləri	Zəif tərəfləri
<ul style="list-style-type: none"> - əsas qida sənayesi sahələrinin uzunmüddətli inkişaf təcrübəsi; - xammal bazasının inkişafı üçün kifayət qədər təbii resurs potensialının mövcud olması; - sahənin yüksək investisiya cəlbediciliyi; - ucuz iş qüvvəsi; - yüksək istehlakçı güvənliyi, onlara yerli ərzaq məhsullarının istehsalına üstünlüyün verilməsi; - geniş məhsul çeşidi; 	<ul style="list-style-type: none"> - qida sənayesi sahələrinin əksəriyyətinin xammal bazasının böhran vəziyyətində olması; - istehsalın yüksək resurs tutumu ilə əlaqəli olaraq, müəssisənin aşağı səmərəliliyi; - istehsal gücünün yüksək aşınma səviyyəsi, onların aktiv hissəsinin dünya standartlarının tələblərinə cavab verməməsi; - Emal sənayesi məhsullarının ixrac strukturunun əsasən xammal istiqamətli olması; - kiçik və orta müəssisələrin əksəriyyəti məhsulun keyfiyyəti və təhlükəsizliyi sahəsində müasir nəzarət sistemlərini tətbiq edə bilmir; - inkişaf etmiş distribusiyası və güclü yerli brendlərin olmaması; - istehsal və loqistika infrastrukturunun zəif inkişaf etməsi; - xarici kreditorlardan yüksək dərəcədə asılılıq
İmkanlar	Təhlükələr
<ul style="list-style-type: none"> - ÜTT üzv-ölkələrinin xarici ərzaq bazarlarına çıxışın asanlaşdırılması; - beynəlxalq ticarət, sığorta, kredit, investisiya və s. qaydalarının yerli aqrar ərzaq sektoruna təcridən təsir etməsi. Bu, yerli ixracatçıları xarici ticarətdə əsassız maneələrdən qoruyacaq; - ticarət axınlarının diversifikasiyası və sahənin xarici ticarət potensialının maksimal surətdə reallaşdırılması; - sahəyə birbaşa xarici investisiyaların artırılması. Bu, müəssisələrin dünya standartlarına müvafiq olaraq texniki yenilənməsinə təsir göstərəcək; - bazarda yaradılan rəqabət sayəsində yerli məhsulların keyfiyyətinin artırılması; - ixraca istiqamətlənmiş sahələrdə istehsalın həcmiminin artırılması; - ərzaq məhsullarının keyfiyyət və təhlükəsizliyinə dair nəzarət mexanizmlərinin vaxtaşdırılması. 	<ul style="list-style-type: none"> - dünyada gedən ərzaq böhranı ilə əlaqədar olaraq, ixracatçı ölkələrin apardığı proteksionist siyasəti; - yerli valyutanın qeyri-stabil olması. Bu, kritik ixracdan asılı olan sahələrin inkişafını çətinləşdirəcək; - Avropa Birliyinin yüksək standartlarına keçmək məcburiyyəti; - daxili ərzaq bazasının qorunması səviyyəsinin aşağı düşməsi; - qısamüddətli perspektivdə qida sənayesi məhsullarının satış həcmiminin azaldılması; - yerli və idxal edilən məhsul arasında rəqabətin güclənməsi hesabına bir sıra müəssisənin maliyyə göstəricilərinin pisləşməsi; - beynəlxalq korporasiyalar tərəfindən yerli müəssisələrin «qudma» prosesinin sürətləndirilməsi və bazarların yenidən bölüşdürülməsi; - qida sənayesində istehsalın yenilənməsinə daxili vəsaitlərin çatışmaması səbəbindən kiçik müəssisələrin bankrot olması ehtimalı

zamanı müqayisə metodundan, qruplaşdırma və ekspert metodundan istifadə rəqabət qabiliyyətini artırmaq məqsədilə idarəetmə strategiyasının formalaşdırılması üçün əsas istiqamətləri müəyyənləşdirməyə imkan vermişdir.

Yerli qida sənayesinin və onun müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi müsbət təsirləri maksimuma qaldırmaq, təhlükələr və riskləri isə minimuma endirmək üçün əsas vəsitədir. Artan rəqabət istehsalın modernləşdirilməsinə, hazır məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına və müəssisənin inkişafı üçün innovativ modelin tətbiqinə ehtiyac duyar.

Rəqabətin kəskinləşməsi istehsalın modernləşdirilməsinə, hazır məhsulun keyfiyyətinin artırılmasına və müəssisənin innovasiyalı inkişaf modelinin reallaşdırılmasına təlabatı aktivləşdirir.

ƏDƏBİYYAT

1. Дубровин И.А., Есина А.Р., Стуканова И.П. Экономика и организация пищевых производств [Электронный ресурс]: учеб. пособие, 4-е изд. — М. : ИТК "Дашков и К", 2019. 2. Дунченко Н.И., Магомедов М.Д., Рыбин А.В. Управление качеством в отраслях пищевой промышленности [Электронный ресурс]: учеб. пособие, 4-е изд. — М. : ИТК "Дашков и К", 2017. 3. Магомедов М.Д., Заздравных А.В., Афанасьева Г.А. Экономика пищевой промышленности [Электронный ресурс]: учебник, 2-е изд. — М. : ИТК "Дашков и К", 2018. 4. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. М.: Альпина Паблишер, 2018. 5. Юданов А.Ю. Конкуренция: Теория и практика. М.: Гном и Д, 2014. 6. İbrahimov İ.N. Aqrar sahənin iqtisadiyyatı (Monoqrafiya). Bakı 2016. 7. Mahmudov M.M., Mahmudova İ.M. Regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsi. ADİU Dərslük, Bakı 2011

Анализ конкурентоспособности пищевых предприятий

Ф.Ф.Бабаев

Основной целью каждого промышленного предприятия является организация производства с наименьшими затратами, что обеспечит конкурентоспособность и доходность. Одним из главных условий конкурентоспособности любого предприятия является четко сформированная стратегия его поведения. Эффективность стратегии заключается в такой организации деятельности предприятия, при которой направление его развития в наибольшей степени соответствует тенденциям изменений в окружении предприятия, и проведении анализа его внутренней среды с целью определения того, обладает ли предприятие достаточными внутренними силами, чтобы воспользоваться внешними возможностями. С целью определения степени конкурентоспособности пищевых предприятий и выработки стратегии управления их деятельностью проведен анализ показателей их деятельности в Апшеронском экономическом районе. Оценка деятельности предприятий за период 2008-2018г.г. проводилась по трем основным направлениям: анализ производственного потенциала, деловой активности и финансового состояния. Для образования типичных, однородных групп проведен свод статистических данных по группировочному признаку. В каждой группе определены средние значения показателей, характеризующих производственный потенциал, уровень деловой активности и финансовое состояние предприятий. Проведенный анализ показателей выделенных групп позволяет идентифицировать слабые и сильные стороны предприятий, определить основные направления для формирования стратегии управления с целью повышения конкурентоспособности пищевых предприятий региона.

Ключевые слова: пищевая промышленность, конкурентоспособность, рентабельность продаж, экспертный метод, слабые и сильные стороны.

Analysis of the Competitiveness of the Food Enterprises

F.F.Babayev

The main goal of each industrial plant is producing at the lowest cost, which will ensure competitiveness and profitability. One of the main conditions for the competitiveness of any enterprise is clearly defined strategy for its behavior. The effectiveness of the strategy is such an organization of activity of the enterprise in which the direction of its development to the greatest extent consistent with the trends of changes in the environment of the enterprise, and the analysis of its internal environment to determine whether the enterprise has sufficient internal strength to take advantage of external opportunities. To determine the degree of competitiveness of the food enterprises and to develop strategies for managing their activities analysis of performance in the Absheron economic region. Evaluation of activity of enterprises for the period 2008 was conducted in three main areas: the analysis of the production potential of the business activity and financial condition. For education typical homogeneous groups conducted a set of statistical data on a generic basis. In each group the average values of indicators of production capacity, the level of business activity and financial condition of enterprises. The analysis of the indicators selected groups allows you to identify the strengths and weaknesses of enterprises, to determine the main directions for the formation of a management strategy to improve the competitiveness of the food businesses in the region.

Keywords: food enterprises, competitiveness, profitability of sales, expert methods, strengths and weaknesses.

