

*Abbasova-Zeynalova Nuranə Nazim qızı,  
tədqiqatçı,  
Mingəçevir Dövlət Universiteti,  
Email: a.z.nurana@mail.ru*

## **YÜNGÜL SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNİN RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİYİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTİNDƏ XARİCİ ÖLKƏLƏRİN TƏCRÜBƏSİ**

Biznes üç əsas amil üzərində qurulur: istehlakçı; personalın dərin xüsusi bilik və bacarıqlara malik olması; yüksək keyfiyyətli məhsulların (xidmətlərin) istehsalı və biznesin uğurunun əsas meyarlarından biri olan rəqabət qabiliyyəti.

Ticarətin dinamik inkişafı rəqabətin kəskinləşməsini və rəqabətin xarakterinin dəyişməsini şərtləndirir ki, bu da ticarət müəssisələrinin idarə edilməsində marketinqin əhatə dairəsinin genişləndirilməsini zəruri edir. Bununla belə, dünya iqtisadiyyatının

sürətlə qloballaşması, müxtəlif istehsalçıların mallarının yüksək dərəcədə oxşarlığı və istehlakçı tələbinin fərdiləşdirilməsi rəqabətin qiymətqoyma üsullarının və ənənəvi marketinq vasitələrindən istifadənin effektivliyini azaldır. Odur ki, istehlakçılarla uzunmüddətli əlaqələrin inkişafı və saxlanmasına, onların loyallığının formalaşmasına əsaslanan marketinqdə və xüsusən də münasibətlər marketinqində innovativ yanaşmalardan istifadə edilməsinə ehtiyac var. Müəssisələrin rəqabətqabiliyyətliliyinin amili kimi müştəri loyallığının əhəmiyyətinə xüsusi diqqət yetirilməlidir, bunu konkret statistik məlumatlar sübut edir.

Rəqabət gücünü qiymətləndirmədə beynəlxalq meyarlar mövcuddur. Bu meyarlar keyfiyyətdə beynəlxalq səviyyəyə çatma dərəcəsi, funksiyaların beynəlxalq standartlara uyğun gəlmə səviyyəsi, texnologiya səviyyəsi, unikal xüsusiyyətlərə malik məhsul çıxarma və ya xidmət yaratma, beynəlxalq nəqliyyat, xüsusiyyətli işçi qüvvəsinin kifayət sayda olması kimi xüsusiyyətlərdir. Ona görə də yüngül sənaye müəssisələrinin rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi ilə bağlı beynəlxalq təcrübədən istifadə olunması hazırda əsas məsələlərdən hesab edilir. Belə qabaqcıl təcrübəyə Avropa Birliyi, Yaponiya, ABŞ, Çin kimi iqtisadi baxımdan güclü ölkələr malikdir.

Bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycanda da yüngül sənaye sektoru ölkənin iqtisadi inkişafında əhəmiyyətli rolunu ilə seçilir. Son illər həyata keçirilən tədbirlər də məhz yüngül sənaye sektorunun yaratdığı əlavə dəyərin artırılması və rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsinə yönəldilmişdir. Bu istiqamətdə və bütövlükdə yüngül sənayenin inkişafında xüsusilə “Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət proqramı”nın, “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”nin əhəmiyyətini qeyd etmək olar.

Bir çox ölkələr öz aralarında iqtisadi, ticarət və siyasi əməkdaşlığı genişləndirmək məqsədilə əməkdaşlıq imkanlarını təmin edə biləcək bir quruluşun yaradılmasına nail oldu. Bu baxımdan 1970-ci illərdən sonra dünya yüngül sənayesində meydana gələn inkişafdan Avropa ölkələri də təsirlənmiş, məhsul növlərində olduğu qədər istehlak sahəsində də böyük dəyişikliklər olmuş və sürətli texnoloji inkişaf bu sektorun inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təsir etmişdir. 1973-1980 illər arasında öz xammallarını satışa çıxaran və ucuz iş gücünə sahib Asiya, Afrika və Latın Amerika ölkələrinin ucuz qiymətlərlə bazara girmələri yüngül sənayenin inkişafına mənfi təsir etdi.

Avropanın Mərakeş, Tunis, Əlcəzair kimi ölkələr ilə Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrindən Polşa, Çexiya, Macarıstan, Rumıniya, Bolqarıstan və SSRİ-nin dağılmasıyla ortaya çıxan Ukrayna, Belarus, Litva və Latviya kimi ölkələrə edilən “güzəştli ticarət razılaşmaları” nəticəsində, bu ölkələrdən hazır məhsul idxalı artmağa, Braziliya, Argentina və Meksika kimi Latın Amerika ölkələri ilə Asiya ölkəsindən edilən idxal isə azalmağa başladı. Avropa Birliyi ölkələrindən qeyd edilən ölkələrə edilən yüngül sənaye məhsulları ixracı da artmağa başladı.

Ümumiyyətlə isə, bu cür qarşılıqlı əlaqələr AB ölkələrinin daha üstün mövqeyə malik olmasını şərtləndirdi. AB-nin ən əhəmiyyətli rəqabət üstünlüklərini aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar: keyfiyyətli məhsul, yüksək texnologiya istifadəsi, təhsilli əmək, bazara davamlı yeni məhsullar təqdim edə bilmə, daha tez və sürətli tədarük,

bazar ehtiyaclarına görə elastiklik və s.

AB-nin yüngül sənayesində rəqabət gücünə mənfi istiqamətdə təsir edən amillərdən biri kimi yüksək əmək xərclərini qeyd etmək olar. Yüngül sənayedə istifadə olunan texnologiyalarda təmin olunan inkişaf sayəsində, artıq iş gücü ödənişlərinin yüksək olması bu sahədə çox əhəmiyyətli bir sıra problemlər yaratmamaqdadır. Amma əmək quruluşunun mövcud vəziyyəti qorunduğu müddətcə, rəqabəti qeyri-mümkün hala gəlməkdədir. Aşağı xərcli ölkələrdən idxal və Avropadakı idxal tələbatının azalması bir sıra digər problemlərə səbəb olmaqdadır.

AB-nin qurucu razılaşması olan Roma anlaşması, AB-nin təməl razılaşması xüsusiyyətindədir və bu müqavilədə əsas hədəflər və hədəflərə çatma üçün istifadə ediləcək vasitələr aşağıdakı kimi müəyyən olunmuşdur:

- orta Avropa bazarı qurmaq;
- üzv ölkələrin iqtisadi siyasətini yaymaq;
- üzv ölkələr arasındakı əlaqələrin və həyat səviyyələrinin balanslı və davamlı inkişafını təmin etmək.

Yüngül sənayesinin inkişafına nail olan ölkələrdən biri də Yaponiyadır. Yaponiya Almaniya ilə birlikdə, demək olar ki, gəlirinin hamısını sənayedən qarşılayan iki ölkədən biridir. Şərtlərin əkinçilik üçün əlverişsiz olmasına qarşı Yaponiyada kənd təsərrüfatı sahələrinin nisbəti heç də az hesab edilməyəcək səviyyədədir və bunun böyük bir qismini düyü təşkil edir. Ancaq Yapon iqtisadiyyatının lokomotivi sənayenin üzərinə düşür. 1970-ci illərdə bir dünya rekordu olan 11%-lik böyümə məhz bu ölkənin payına düşür. 1991-ci ildən etibarən istehsalda azalmalar olmasına baxmayaraq, hələ də dünyanın ən möhkəm sənaye quruluşlarından biri olan Yaponiya müəssisələri artıq digər sənaye sahələrinin köməyi ilə öz yüngül sənayesini lazımi səviyyədə inkişaf etdirə bilmişdir.

Yaponiyanın iqtisadi nailiyyətləri həm yüksək investisiyalara, həm də yüksək keyfiyyətli və rəqabət qabiliyyətli ixracata əsaslanır. Bunun bariz nümunəsi 1955-1989-cu illər arasında Yapon ixracatının real olaraq kəskin şəkildə artmasıdır. Yapon hökuməti həmçinin Qərbi ölkələrinin bazarlarını tutmaq üçün böyük firmaları təşviq etmə siyasətinə üstünlük vermişdir. Bunun nəticəsi olaraq Yapon sənayesində böyük bir sıxlaşma yaşanmışdır. Bu inkişaf modelində inkişafın yükü xammal istehsalı ilə məşğul olan kənd təsərrüfatı sektorindən sənaye bölgələrinə yönəlmək məcburiyyətində qalmış və kənd təsərrüfatında çalışanlar çox aşağı ödənişlərlə sənaye işçisi olmağa üstünlük vermişlər. Ancaq Yapon firmaları, işçilərinə heç bir vaxt iş zəmanəti verməklə işdən çıxarma yolunu seçməmişdir. Buna qarşılıq olaraq keyfiyyət dairələri vasitəsilə çalışanlara istehsalla əlaqədar qərarlarda xüsusi rol verilir. Bu vəziyyət çalışanlarla rəhbərliyin maraqlarının eyni olmasını təmin edir. Yaponiyada çalışanlarla idarəçilərin aralarındakı ödəniş fərqləri digər inkişaf etmiş ölkələrdən daha azdır. Bu səbəbdən Yaponiya da gəlir bölgüsü digər inkişaf etmiş ölkələrdən daha ədalətlidir.

Yapon rəhbərlik təcrübəsində müəssisələrin rəqabət və iş potensialına xüsusi əhəmiyyət verilir. Bu məzmununda keyfiyyətli istehsal və ümumi keyfiyyət üstünlük təşkil edir.

Rusiya modeli son illərədək kollektiv mülkiyyət əsasına dayanan inkişaf nümunəsini təşkil edirdi. Daha əvvəl üzərində dayandığımız Qərbi Avropa və Yapon modellərinin arasında böyük fərqlər olmasına baxmayaraq, ortaqlıq istiqaməti - xüsusi mülkiyyət təşəbbüskar sinifin varlığı, inkişafın sahibkarlar və dövlət tərəfindən aparılmasıdır. Rusiya nümunəsində isə xüsusi mülkiyyət tamamilə aradan qaldırılmış, kollektiv mülkiyyət əsasında sərmayələri və sənayeləşməni uzun müddətli planlar çərçivəsində dövlət icra etmişdir. Nəticədə Rusiya dünyanın ən güclü hərbi və iqtisadi qüvvələrdən birinə çevrilmişdir.

“The Economist” jurnalının araşdırmasına görə, başlanılan islahatlar günümüzdə qədər keçən müddət içərisində dünya tarixindəki ən böyük iqtisadi inkişafı Çin təmin etmişdir. 1978-ci ildə Çin Xalq Respublikası iqtisadiyyatının xaricə açılması təsdiq edilmişdir. 1978-ci ildən 1990-cı illərin ortasına qədər Çin iqtisadiyyatı təxminən dörd qat böyüməyə nail olmuşdur. Real ÜDM ildə orta hesabla 9% nisbətində artmışdır. Bir çox problemi olsa da, Çinin iqtisadi irəliləyişini davam etdirəcəyi və dünya iqtisadiyyatından aldığı payı artıracağı gözlənilməkdədir.

1954-ci ildə Çin hazır geyim sənayesi bir qıtlıq iqtisadiyyatı görünüşü yaradırdı. Ölkədə kupon sistemi tətbiq olunurdu və kupon qarşılığı hazır geyim əhaliyə verilirdi. Yuxarıda da ifadə edildiyi kimi, Çin iqtisadiyyatının inkişafına paralel olaraq istehlakçıların satınalma gücü artdı və ölkə, dünyanın ən böyük hazır geyim istehsalçısı və istehlakçısı olan ölkələrindən biri halına gəldi. 1950-ci ilin əvvəli Çinin hazır geyim istehsalı xüsusi sektor tərəfindən reallaşdırılmağa başlandı. 1952-1956-cı illər arası dövrdə bu müəssisələr böyük müəssisələrə çevrildi. 1978-ci ildə bütün hazır geyim istehsalı kollektiv-ictimai istehsal genişlənməyə başladı. 1978-ci ildəki çevrilmədən etibarən xüsusi sektor yenidən sənayeyə daxil oldu.

1990-cı illərdən etibarən, dünyanı iqtisadi, sosial, siyasi, mədəni və dini baxımdan təsiri altına alan qloballaşma axınından Çinin uzaq dayanması qeyri-mümkün idi. Çinin dünya ilə integrasiyası genişlənməkdə idi. Artıq problem Çinin necə integrasiya siyasəti aparacağı ilə əlaqədar idi.

Qloballaşma, yüksək məhsuldarlıq nisbəti və yüksək həyat standartı kimi imkanlar təqdim etməklə birlikdə, Çini dalğalı və xarici təsirlərə açıq bir bazar kimi ölkənin bir vərdiş olmadığı problemlərlə qarşı-qarşıya qoydu Çin, qloballaşmanın fürsət olduğunun fərqləndirilməklə birlikdə xərcləri də hesaba qatmağa başladı.

1992-ci ildə Çində xaricə ixracatı icazəsi verildi. Qabaqcıllar, ümumiyyətlə, markalaşmış firmalar oldu. Bu inkişafın ardından Çində xarici firma sayı artdı. Bu gün Çinin hazır geyim bazarındakı firmalar marka rəqabətinə əsaslanan firmalardır və Çində xüsusi, ictimai iqtisadi təşəbbüs, kollektiv və xarici ortaqlı firmalardan ibarət bir quruluş mövcuddur.

Beləliklə, ÜDM-n dəyərinə görə, Çin ABŞ-dan sonra ikinci sırada yer almaqdadır və ixracatı ilə dünyanın ən böyük yüngül sənaye ixracatçısı halına gələn Çin İtaliya, Cənubi Koreya və ABŞ-I izləməkdədir. Ucuz xərc quruluşu və tətbiq olunmaqda olan dövlət dəstəyi səbəbilə Çin ilə rəqabət etmək və onu dayandırmaq demək olar ki, qeyri-mümkündür. ABŞ və AB bazarlarında tam bir Çin “istilasının” yaşanacağını

söyləmək səhv olmaz. 1994-2001-ci illər arasında hazır geyim ixracatını 4 dəfə artıraraq Amerikanın bir nömrəli tədarükçüsü mövqeyinə gələn Meksika, 2001-ci ildən sonra bazar payını Çinə uduzması bunun açıq bir göstəricisidir. ABŞ, “Çin ixracatı haqqında Xüsusi Tədbirlər” şərtinə söykənərək, Çin yüngül sənaye məhsullarına kvota tətbiqini davam etdirmə qərarı almışdır. Ancaq bu Çin təhdidini sona çatdırmış deyil.

Hal-hazırda yüngül sənayenin ətrafında milli və ya beynəlxalq sahədəki müzakirələrdə Çin mövzusu gündəmə gəldiyi zaman bu ölkənin güclü sənayesi dünyanın qalan iqtisadiyyatlarını nə hala gətirəcəyinə dair qorxu hakimdir. Əslində, Çin 1980-ci illərdən qlobal yüngül sənaye üçün bir təhdid ünsürüdür. Günümüzdəki narahatlıq isə Çinin istehsal və ticarət gücünün, əgər nəzarət altına alınmazsa, bütün dünyanı zəbt edəcəyi düşüncəsindən qaynaqlanır.

Son zamanlarda inkişaf yolundakı bir çox ölkə hazır geyim ixracatçısı tərəfindən ABŞ və AB-nin Çin yüngül sənaye və hazır geyim ixracatına kvota tətbiqini təkrar başlada biləcəyi yolunda fikirlər irəli sürülməyə başlanmışdır. Beləliklə, Çinin yüngül sənayenin inkişafı üzrə həyata keçirdiyi strategiya inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün mühüm təcrübədir.