

II BÖLMƏ. STRATEJİ İDARƏETMƏ

UOT-338.242.2

Yasəmən Əli qızı ƏLİYEVƏ
i.f.d., dosent, Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
e-mail: eliyevayasemen3@gmail.com

QLOBALLAŞAN DÜNYADA STRATEJİ İDARƏETMƏ MODELLƏRİ VƏ YANAŞMALAR

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi - strateji idarəetmənin əsas prinsiplərinin mühüm istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi, müasir biznes idarəçiliyində tətbiq edilən mexanizmlərin və texnologiyanın aydınlaşdırılmasıdır.

Tədqiqatın metodologiyası - strateji planın hazırlanmasının nəzəri-metodoloji tərəfləri öyrənilir, qloballaşan dünyada strateji idarəetmə modelləri və yanaşmaların mahiyyəti açıqlanır.

Başqa sözlə, strategiya şirkətin inkişaf yollarının, bazarların, rəqabət metodlarının və biznesin aparılması qaydalarının seçilməsini bildirir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti - tədqiqatda alınmış nəticələrdən, irəli sürülən təkliflərdən şirkətin strategiyasını, bazarda şirkətin mövqeyinin möhkəmləndirilməsini və qüvvələrin koordinasiyasını, istehlakçıların cəlb edilməsini və tələblərinin ödənilməsini, uğurlu rəqabət və qlobal məqsədlərə nail olunmasını təmin etmək üçün idarəetmənin kompleks planında istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın nəticələri - strategiyanın işlənilib hazırlanması prosesi fəaliyyətin bütün mümkün inkişaf istiqamətlərinin ciddi öyrənilməsinə əsaslanır və ümumi istiqamətin seçilməsindən, bazarların mənimsənilməsindən, xidmət edilən tələblərdən, rəqabət metodlarından, cəlb olunan resurslardan və biznes modellərindən istifadə edilməsinə dair yeni yanaşmaları qiymənləndirmək, səmərəli tövsiyə və təkliflər hazırlamaqdan ibarətdir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi - xarici şirkətlərdə strategiyaların hazırlanması üzrə təcrübələrdən istifadə edilməsinin problemləri araşdırılmış, strateji idarəetmə modelləri və yanaşmaları əsasında qiymətləndirmələr aparılmışdır. Məqalədə Qloballaşan dünyada strateji idarəetmə modelləri və yanaşmaların mövcud vəziyyəti təhlil olunmuş, yaranmış problemlərin həlli istiqamətində təklif və tövsiyələr irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: *strateji idarəetmə, strategiya anlayışı, strategiyaların hazırlanması, idarəetmə modelləri, strateji idarəetməyə yanaşmalar, texnoloji proseslər, bazarın cəlb ediliyi.*

Giriş

Müasir şəraitdə təsərrüfat fəaliyyətinin səmərəli həyata keçirilməsi və perspektiv inkişafının təmin edilməsi təşkilatlarda strateji idarəetmənin tətbiqindən, məqsədlərin müəyyən edilməsindən, xarici və daxili mühitin tədqiq olunmasından və baş verən dəyişikliklərin araşdırılmasından, alternativ strategiyaların seçilməsindən və reallaşdırılmasından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Strateji menecment müəssisənin idarə edilməsi prosesinin ilkin mərhələsi olaraq idarəetmənin bütün funksiyalarını özündə birləşdirir. Yaxşı strateji idarəetmə müəssisəni gələcəyə istiqamətləndirir, uzunmüddətli inkişaf istiqamətlərini və qloballaşan dünyada biznesdə öz mövqeyini müəyyən etməyə imkan verir.

Strateji idarəetmənin nəticələri müəssisənin bazarda qazandığı mövqeyində və iqtisadi-maliyyə göstəricilərinin uzunmüddətli meyillərində təzahür olunur. Təşkilatın strateji idarə edilməsi onun

uzunmüddətli inkişafının təmin edilməsinin əsasıdır. Strateji idarəetmə təşkilatın missiyası, onun plan və proqnozlaşdırılmasının, məqsədlərinin, strategiyalarının təsərrüfatçılıq metodlarının və funksiyalarının yerinə yetirilməsi ilə bağlıdır.

Strateji idarəetmə, strategiyaların hazırlanması prosesi

Strateji idarəetmə dedikdə təşkilatın qarşısında duran məqsədlərə nail olmaq üçün spesifik strategiyaların işlənilib hazırlanmasına yönəldilən idarəetmə qərarlarının və praktiki hərəkətlərin məcmusu başa düşülür. Strateji idarəetmə strateji səviyyədə təşkilatın idarə edilməsi problemləri ilə əlaqədar olan məsələlərin geniş dairəsini əhatə edir və o, təşkilatda ardıcıl işlənmiş kompleks prosesdir. Bu prosesin əsas vəzifəsi təşkilatlarda yeniliklərin və dəyişikliklərin qanəedici dərəcədə təmin edilməsindən ibarətdir.

Strategiyalar strateji idarəetmənin əsas bazis elementi sayılır. Onların müəyyənləşdirilməsi strateji idarəetmənin səviyyəsindən asılıdır. Strateji idarəetmə məqsədlərin formalaşdırılması, taktikanın seçilməsi və strategiyanın hazırlanması üzrə təşkilati fəaliyyətin səviyyəsini bildirir, müəssisəyə tam rəhbərliyi təmin etməyə, təşkilatın tətqiqatlarının yaxın əlaqələndirilməsinə şərait yaradır. [2]

Strategiyaların hazırlanması strateji idarəetmə prosesi ilə sıx bağlıdır. Bu proses missiyanı müəyyən etmə, məqsədləri görmə, taktiki siyasətləri seçmə və mövcud resurslar vasitəsilə strateji addımı atmağı özündə əks etdirir. Strategiya yerinə yetirildikdən sonra mövcud nəticə araşdırılır, yəni strategiyanın nə dərəcədə əlverişli olması qiymətləndirilir. Rəhbərlər strategiyalar vasitəsilə müxtəlif təhlilləri, zərərverici analizləri (sosial-mədəni, texnoloji, texniki, iqtisadi, ekoloji faktorlarla) tənzimləyirlər.

Qeyd edək ki, hər bir müəssisədə strateji qərarları rəhbərlər verir və bir növ risk və məsuliyyət amilini öz üzərinə götürürlər. Menecerlər xarici mühitdə baş verən dəyişiklikləri vaxtında bilmədikləri halda müəssisənin strategiyası müasir tələblərə cavab verməyə bilər. Buna görə də menecerlər hər bir dəyişikliyi proqnozlaşdırmağı və yaxud vaxtında görməyi bacarmalı, fəaliyyətdə olan strategiyada adekvat dəyişikliklər aparmağa qadir olmalıdırlar. Onlar strateji idarəetmə vasitələrindən düzgün istifadə etməlidirlər. Çünki, Planlaşdırılan planları həyata keçirmək üçün hazırlıq və qərar qəbuletmə üsulları, proqnozlaşdırma və təhlilin müxtəlif üsulları və çoxsaylı matrislər olan xüsusi vasitələrə ehtiyac vardır. Əslində, strateji idarəetmə çox sayda vasitələrin istifadəsinə imkan verir, lakin əsas olanları aşağıdakı variantlardan ibarətdir:

1. **Strategiyanın əsaslandırılması matrisi.** Bunlar, yaranan çətinliklər və həll yolları arasında əlaqə yaratmaq üçün çatışmazlıqları təhlil etmək və düzəltmək üçün istifadə olunur.

2. **Balans matrisi.** Bu vasitənin köməyi ilə strateji idarəetmənin çatışmazlıqlarını, üstünlüklərini və xüsusiyyətlərini müəyyən edə bilərlər. Bundan əlavə, onlar bazar riskləri ilə müqayisə edilə bilər.

3. **İqtisadi zonaların seçilməsi.** Bu alət rəqabət və artan qeyri-sabitlik ilə nəticələnən istehsalın diversifikasiyası ilə əlaqədar olaraq istifadə olunur.

“Strategiya – bazarlarda mövqelərin qazanılması, möhkənlənməsi və alıcıların tələbatlarının səmərəli surətdə ödənilməsi vasitəsilə məqsədlərə nail olmağa istiqamətlənmiş tədbirlərdən ibarət olan plandır”.

Strategiya anlayışı menecmentə hərbi sahədən gəlmişdir. Əvvəllər o, müəyyən siyasətin həyata keçirilməsini və bunun üçün bütün mümkün vasitələrdən istifadə edilməsini əks etdirirdi. Menecment baxımından bu uzunmüddətli vəzifələrin həllinə və uzunmüddətli planların hazırlanmasına yönəlmişdir. Bu halda strategiya dedikdə, əsas etibarilə resursların və malların böyük kütləsinin idarə edilməsi başa düşülür.

XX əsrin 70-ci illərinin ortalarından başlayaraq rəqabətin təzyiqi artmış və təşkilatlar malların böyük kütləsinin idarə edilməsindən tədricən aralanmış, onların strategiyaları isə bir neçə növə parçalanmışdır. Strategiyanın hərfi mənasına gəldikdə isə, strategiya yunan dilindən tərcümədə “strategos” sözündən götürülüb. Birinci hissə olan “stratos” sözü “ordu”, “aço” isə idarəetmə mənası kimi “aparırım”, “idarə edirəm”, lüğəti mənasına görə isə “general, sərkərdə məharəti”,

“hərb sənəti” deməkdir. Deməli, strategiya “ordunun idarə olunması”, “generalın müharibə aparma məharəti”, “generalın ustalığı” və s. kimi başa düşülür. Lakin hərbdə çox işlədilən “strateji mövqe”, “strateji uğur”, “strateji yüksəklik”, “strateji əməliyyat”, “strateji baxımdan çox əlverişli gediş” və bu kimi onlarca söz olduğuna görə, bu söz iqtisad elmində də əhəmiyyətli termin kimi idarəetmədə işlədilməlidir.

Bu terminin hərbi mənşəli olması təsadüfi deyil, çünki məhz strategos Makedoniyalı İsgəndərə bütün dünyanı zəbt etməyə imkan vermişdir. Bugünkü qloballaşma dövründə elə məhz strategiya vasitəsilə təşkilatların səmərəli idarəedilməsi həyata keçirilir. Bütövlükdə strategiya dedikdə strateji məqsədləri əldə etmək üçün işlənib hazırlanmış ali proqram başa düşülür. Strategiya idarəetmənin və planlaşdırmanın alt sistemidir. Strategiya təşkilatın məqsədlərinin formalaşdırılmasını, onun həyata keçirilməsini, təşkilatın artımını, inkişafını təmin edir və iqtisadi cəhətdən möhkəmləndirilməsinə yönəlir.

Beləliklə, Strategiya – təşkilatın vəzifəsini həyata keçirməyə və onun qarşıya qoyduğu məqsədə nail olunmasını təmin etməyə yönələn dəqiqləşdirilmiş, hərtərəfli, kompleks plandır. Müəssisənin menecerləri strategiyayı müəssisənin inkişaf istiqamətlərini müəyyən etmək və fəaliyyət üsullarının seçilməsində əsaslandırılmış qərarların qəbul edilməsini təmin etmək üçün hazırlayırlar. Müasir dövrdə hər hansı bir strategiyanın qəbul edilməsi o deməkdir ki, müəssisə inkişaf istiqamətləri və fəaliyyət üsulları üzrə mövcud olan alternativ variantlardan birinə üstünlük vermişdir. Qəbul edilmiş strategiya menecer üçün biznes aləmində xəritə və yol göstərən rolunu oynayaraq, qarşıya qoyulmuş vəzifə və məqsədlərə çatmaq üçün vahid fəaliyyət proqramı kimi qəbul olunur.

Strategiya – çoxcəhətli anlayışdır. Onun ən mühüm xüsusiyyətləri kimi aşağıdakı tərifləri vermək olar ki, bunlar bu anlayışın mahiyyətinə tamamilə cavab verirlər:

- son nəticənin əldə edilməsi vasitəsi;
- təşkilatın bütün hissələrinin vahid tamda birləşməsi;
- firmanın fəaliyyətinin bütün əsas aspektlərinin əhatə edilməsi;
- firmanın bütün planlarının bir-birinə uyğunluğunun təmin edilməsi;
- hərəkət planı;
- mühafizə, yəni rəqabət mübarizəsində qələbəyə yönəldilmiş hərəkətlər kimi nəzərdən keçirilir;
- hərəkətlərin ardıcılığı, yəni plan reallaşmaya bilər, lakin hərəkətlərin ardıcılığı hər halda təmin edilməlidir;
- ətraf mühitdə mövqe, bu, öz əhatəsi ilə əlaqə deməkdir;
- perspektiv, yəni cəhd etdiyi vəziyyəti qabaqcadan görmək;
- firmada işin təşkilinin güclü və zəif tərəflərinin təhlilinin nəticəsi və onun inkişafının imkan və əngəllərinin müəyyən edilməsi;
- ətraf mühitin dəyişikliklərinə qarşı firmanın qabaqcadan hazırladığı reaksiya.

Yaxşı işlənib hazırlanmış strategiya və onun səmərəli şəkildə reallaşması ümumi fəaliyyətin müvəffəqiyyəti deməkdir. Bəzi rəhbərlər yaxşı strategiyalar hazırlasalar da, onu yaxşı reallaşdırma imkanına malik deyillər. Əksinə, bir qism rəhbərlər isə başqaları tərəfindən yaxşı işlənmiş strategiyayı reallaşdırma bilər. Təcrübə göstərir ki, bunların hər ikisi son nəticədə yaxşı sonluqla bitmir. Bacarıqlı rəhbər strateji idarəetmə modellərindən istifadə edərək özü yaxşı strategiya işləyib, onu səmərəli şəkildə reallaşdırır.

Strateji planlaşdırma modellərinin qısa xarakteristikası

İdarəetmədə istifadə edilən əsas modellər əsasən aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

“*Bazarın – bazarda payın artması tempi*” tipli model. Təşkilatın vəziyyəti bazarda fəaliyyət göstərən bütün qalan təşkilatlarla nisbətən mövqeləşir;

“*Bazarın (sahənin) cəlbediciliyi – şirkətin rəqabət qabiliyyəti*” tipli modeli. Təşkilatın vəziyyəti bazarda onun güclü tərəflərinin nisbi qiymətləndirilməsini həmin bazarın perspektivinin nisbi qiymətləndirilməsi ilə əlaqələndirmək yolu ilə mövqeləşir;

“Bazarın (məhsulun həyat tsiklinin) təkamül mərhələsi – şirkətin rəqib vəziyyəti” tipli modeli. Təşkilatın vəziyyəti bazarın təkamül mərhələsindən (yaxud məhsulun həyat tsikli mərhələsindən) asılı olaraq rəqiblərə nisbətən onun mövqeyinin qiymətləndirilməsi nəticəsində müəyyən edilir.

Strateji planlaşdırma prosesi müəssisə missiyasının formalaşdırılmasından başlayır. Missiya dedikdə müəssisə məqsədlərinin və prioritetlərinin qısaca, eyni zamanda dəqiq ifadə edilməsi başa düşülür. Müəssisənin missiyası həm əməkdaşlarda və həm də müşahidəçilərdə, ilk öncə işə potensial və hazırkı müştərilərdə etimad hissini doğurmalıdır. Missiyanın formalaşdırılmasında ictimai və ümumbəşəri dəyərlərlə firmanın daxili korporativ mədəniyyətinin vəhdətliyi nəzərə alınmalıdır. [3]

Qloballaşmanın geniş vüsət aldığı hazırkı şəraitdə dünya ölkələri arasında elmi-texniki, kredit, satış, firmadaxili, firmalararası, üfüqi, şaquli, qarışıq, ölkələrarası, regionlararası və s. bu kimi sahələrdə baş verən əlaqələr ildən-ilə genişlənməkdədir. Müasir Elmi-Texniki İnqilab İstehsal Kooperasiyasının ən zəruri elementi olan elmin də fəaliyyətinə geniş yol açmışdır. İstehsalın Beynəlxalq Kooperasiyası əməkdaşlığın müxtəlif formalarını əhatə edir.

1. İstehsal-texnoloji əməkdaşlıq. Burada - lisenziyaların verilməsi və mülkiyyətçilik hüququndan istifadə edilməsi;

- layihə-konstruktor, texnoloji proseslər, məhsulun texnoloji səviyyəsi və keyfiyyəti, inşaat və quraşdırma işləri, kooperasiyaya daxil olan müəssisələrin modernləşməsi və s. barədə sənədlərin hazırlanması nəzərdə tutulur;

- istehsalda, standartlaşmada, vahid şəkllə salmaqda, şəhadətnamə verilməsi, istehsal programlarının bölüşdürülməsi və s. üzrə idarəçiliyin təkmilləşdirilməsi;

2. Kooperasiya əsasında istehsal olunan məhsulların satışı ilə bağlı iqtisadi proseslər üzrə əməkdaşlıq;

3. Satışdan sonrakı xidmətin göstərilməsi və s.

Strategiyanın formalaşmasına yanaşmalar

Strategiyanın formalaşmasına müxtəlif yanaşmalar da mövcuddur. Bu yanaşmaların müxtəlifliyi ilk növbədə şirkətin böyüklüyündən asılıdır. Əgər təkə bir sahibkarın idarəsində olan şirkətdən söhbət gedirsə, bu cür şirkətlərdə geniş müzakirə olunacaq strategiyaya ehtiyac qalmır və bu halda strategiya elə sahibkarın öz zehmində formalaşdırdığı strategiyadan ibarət olur. Nəhəng şirkətlərdə isə əksinə, daha ciddi düşünülüb hazırlanmış, bütün mərhələləri əhatə edən və həmin mərhələlərə rəhbərlik edən şəxslərin iştirak etdiyi yığıncaqlarda müzakirə edilib bəyənildən strategiyalara ehtiyac duyulur.

Daha iri və diversifikasiya olunmuş şirkətlərdə isə hər illərə bölünməklə yazılı şəkildə tərtib olunmuş və daha dəqiq tədqiqatlara söykənən, bütün mərhələlərdə müzakirə edilib bəyənildən strategiyalara ehtiyac duyulur. Bundan başqa, rəhbərin strategiyanın formalaşmasına yanaşma üsulundan asılı olaraq strategiyanın formalaşma yolları da müxtəlif olur. Belə ki, rəhbərin şəxsi iştirakı və əsas rol oynaması və ya kiməsə inanaraq strategiyanın işlənilməsində ona inamı, əməkdaşlıq etməklə strategiyaya münasibət formalaşdırılması və yaxud dayandırılma üsulları ilə bu işə münasibət bəslənməsindən asılı olaraq seçilmiş strategiyaya münasibət bildirilir.

Əgər sahibkar və ya rəhbər əsas strategiya eksperti rolunda çıxış etməsi ilə məsələyə münasibət bildirirsə, onda o, strategiyanın özünə, onun ayrı-ayrı bölümlərinə və alternativ mövcud olan variantlara çox ciddi müdaxilə edir. Lakin bu o demək deyil ki, rəhbər bütün strategiyanı da təkbaşına icra edir. O, əsas bu işin yaradıcı arxitektoru kimi bütün işlərin icrasına nəzarət edərək məhz seçdiyi strategiyanın icraçıları ilə birgə həyata keçirilməsini təşkil edir.

İkinci halda rəhbər öz səlahiyyət hüquqlarını başqaları ilə bölüşdürür. Bu şəxslər xüsusi olaraq yaradılmış qrup və ya inanılmış şəxslərin daxil olduğu strateji planlama şöbəsi də ola bilər. Bu inanılmış qrup strategiyanı işləyib rəhbərlə məsləhətləşərək onu təkmilləşdirir, təbii ki, rəhbərin dəyərli fikirləri də bu halda nəzərə alınır və sonda rəhbər tərəfindən “bəyənilmişdir” imzası ilə təsdiqlənir. Belə halda rəhbərin bir qədər sərbəstliyi yüksəlir, o, özündə tələb olunan hallarda bəzi dəyişiklik etmək səlahiyyətini saxlayır. Bundan başqa, rəhbər aşağı mərhələ rəhbərlərinin məsələ-

yə münasibətlərini bilərək onlardan gələn müxtəlif təkliflərdən daha səmərəlilərinə üstünlük verir. Bu variantın zəif cəhəti ondan ibarətdir ki, rəhbər bir növ əsas rəhbərlik funksiyasından yayınır, onun özünün daha ciddi şəkildə iştirak etmədiyi bir strateji planla üzləşir, onun şəxsi məsuliyyəti azalır. Digər tərəfdən də, bu halda əsas strategiya daha dərin uzaqqörən siyasət həyata keçirmək əvəzinə əksər vaxt gündəlik və ya yaxın müddətə hesablanan strategiya olur.

Üçüncü haldakı münasibət yuxarıda qeyd olunmuş iki variantın sanki ortaqların bir variantıdır. Bu variant əməkdaşlığa söykənmiş bir yanaşmadır. Bu halda rəhbər özü də iştirak etməklə, aşağı mərhələ rəhbərlərini əməkdaşlıq etməklə bir strategiya formalaşdırmağa dəvət edir. Aşağı mərhələ rəhbərləri bu strategiyayı həm formalaşdırıran, həm də icra edən olduqlarından işə daha ciddi yanaşmalar və heç kim görüləcəyi mümkün olmayan variantlar düşünmür, hər kəs ümumi məsələyə daha ciddi yanaşır.

Nəhayət, dördüncü yanaşma, yarışma üsuludur. Bu halda rəhbər nə hər şeydə şəxsən özünün gərgin olaraq işləməsinə və yaxından iştirakına, nə də ki hər şeyin özündən kənarlaşmasına üstünlük verir. Bu hal əsasən müxtəlif biznes sahələri ilə məşğul olan iri diversifikasiya olunmuş şirkətlərdə olur. Rəhbər aşağı idarəetmə rəhbərlərini daha güclü strategiyalar formalaşdırmağa həvəsləndirir. Onların hər birinin ayrı-ayrı biznes sahəsinə rəhbərlik etmələri, öz sahələrini daha yaxşı bilmələri və bu işə yuxarı rəhbərin şəxsi müdaxiləsinin müsbət nəticə verməyəcəyini nəzərə alaraq aşağılarda müstəqil formalaşan strategiyanın, ümumi uğurlu strategiyanın formalaşmasına köməklik göstərir. Ümumi uğurlu strategiyanın formalaşmasına və daha uğurlu variantların seçilməsinə korporasiya səviyyəsində baxılıb, daha fəal qurumlar həvəsləndirilir və mükafatlandırılır.

Göründüyü kimi, bütün göstərilən dörd yanaşmanın hər birinin üstün və zəif cəhətləri mövcuddur. Ümumi müvəffəqiyyət hər bir konkret halda onların daha düzgün variantlarının seçilməsindən, bu işə kimlərin rəhbərlik etməsindən və təbii ki, icraçılardan asılıdır. Bundan başqa, əvvəllərdə qeyd olunduğu kimi, daxili və xarici faktorların da müvəffəqiyyətli fəaliyyətə təsirini inkar etmək olmaz.

Eyni zamanda təşkilatın məqsədli vəziyyətinin müəyyənləşdirilməsinə klassik yanaşmalar da əsas rola malikdir. Məsələn: K.Endryusun yanaşması-təşkilatın hazırkı vəziyyətinin onun daxili potensialının və xarici mühitin inkişaf meylinə uyğunlaşdırmaq vasitəsilə təşkilatın gələcək vəziyyətinin müəyyən edilməsi; M.Porterin yanaşması- sahədə rəqabətin təhlili nəticəsində təşkilatın məqsədli vəziyyətinin müəyyən edilməsi. Bu zaman gələcək vəziyyət sahədə təşkilatın rəqib mövqeləri ilə əlaqələndirilir; Bennis və Neymusun yanaşması -Lider öz təşkilatının məqsədli vəziyyətini görməyi bacarmalıdır və s. [5]

Nəticə

Beləliklə, strategiya elə qurulmalıdır ki, yaranmış imkanlardan, xüsusilə rəqabət üstünlüyünün yüksəldilməsi ilə əlaqədar olan imkanlardan mümkün qədər yüksək səviyyədə istifadə olunsun. Şirkətin yaxşı əsaslandırılmış məqsədləri inkişaf imkanlarının yaranması və istifadəsinə, eyni zamanda şirkətin mövcud və gələcək mövqeyinin müdafiəsi ilə əlaqədar olur. Strategiyanın uğurlu olması üçün onu bazarın imkanları və xarici mühitin təhlükələri ilə bağlı surətdə hazırlamaq lazımdır. Bunun üçün bazarın imkanlarından istifadə istiqamətində hücum tədbirləri, uzunmüddətli rəqabət mövqelərinin qorunması üçün isə müdafiə tədbirləri hazırlanmalıdır. Xarici şirkətlərdə strategiyaların hazırlanması üzrə təcrübə göstərir ki, strateji idarəetmə modelləri və yanaşmaların seçilməsində şirkətin rəqiblərə nisbətən peşəkarlığının yüksəkliyi əsas meyar kimi qəbul edilsə daha yaxşı olar. Strategiya şirkətin güclü və zəif cəhətlərini nəzərə alaraq onun rəqabət imkanları üzərində qurulmalıdır.

Strateji planlaşdırma məqsədləri üçün müəyinəyə 5 funksional zonanı:

- marketing;
- maliyyə (mühasibət uçotu);
- istehsal;
- heyət və eləcə də təşkilati mədəniyyət və təşkilatın imicini daxil etmək tövsiyə olunur. [4]

Strategiya hər bir işçinin, bölmənin, səviyyənin ümumi məqsədlərə doğru irəliləməsinə zəmin yaradır. Ona görə də işgüzar təşkilatın strategiyası aydın olmalı və hər bir cari qərarın uzunmüddətli təsirləri nəzərə alınmalıdır.

ƏDƏBİYYAT

1. “Müəssisələr haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, - 1994.
2. B.V.İsmayılov. Strateji menecment. Bakı – 2018.
3. Şahbazov K., Məmmədov M.H., Həsənov H.S. və b. “Menecment”. Bakı-2005.
4. Allahverdiyev H., Qafarov K., Əhmədov Ə. “Strateji planlaşdırma”. Bakı-2004.
5. Van Der Heijden K., (2011) Scenarios: The Art of Strategic Conversation, John Willey & Sons.

Ясемен Али кызы Алиева
доцент Азербайджанский Университет Кооперации
Электронная почта: eliyevayasemen3@gmail.com

Модели и подходы стратегического управления в глобализирующемся мире

Резюме

Цель исследования - выявить важные направления основных принципов стратегического управления, уточнить механизмы и технологии, используемые в современном управлении бизнесом.

Методология исследования - изучаются теоретические и методологические аспекты разработки стратегического плана, разъясняется сущность моделей и подходов стратегического управления в глобализирующемся мире.

Другими словами, стратегия означает, что компания выбирает путь развития, рынки сбыта, методы конкуренции и ведения бизнеса.

Важность исследовательского приложения - результаты исследования, предложения могут быть использованы в комплексном плане управления для усиления стратегии компании, укрепления позиций компании на рынке и координации сил, привлечения и удовлетворения клиентов, достижения успешной конкуренции и глобальных целей.

Результаты исследований - процесс разработки стратегии основан на тщательном изучении всех возможных направлений развития и оценивает новые подходы к выбору общего направления, развитию рынка, требованиям к услугам, конкурентным методам, ресурсам и бизнес-моделям, а также разрабатывает эффективные рекомендации и предложения.

Оригинальность и научная новизна исследования - были изучены проблемы использования опыта разработки стратегий в зарубежных компаниях, а оценки проводились на основе моделей и подходов стратегического управления. Стратегическое управление в глобализирующемся мире

Проанализировано текущее состояние моделей и подходов, даны предложения и рекомендации по решению проблем.

Ключевые слова: *стратегическое управление, концепция стратегии, разработка стратегий, модели управления, подходы к стратегическому управлению, технологические процессы, рыночная привлекательность.*

Yasemen Ali Aliyeva
associate professor Azerbaijan Cooperation University
E-mail eliyevayasemen3@gmail.com

Strategic management models in a globalizing world and approaches

Summary

The purpose of the study - identification of important directions of the basic principles of strategic management, clarification of mechanisms and technologies applied in modern business management.

The methodology of the research - theoretical and methodological aspects of the development of a strategic plan are studied, the essence of strategic management models and approaches in a globalizing world is explained.

In other words, the strategy means that the company chooses the way of development, markets, competitive methods and doing business.

The practical importance of the research - the results of the research, the proposals can be used in a comprehensive management plan to strengthen the company's strategy, strengthen the company's position in the market and coordinate forces, attract and meet customers, achieve successful competition and global goals.

The results of the research - the strategy development process is based on a thorough study of all possible areas of development and evaluates new approaches to the choice of common direction, market development, service requirements, competitive methods, resources and business models, and develops effective recommendations and suggestions.

Originality and scientific novelty of the research - the problems of using the experience of developing strategies in foreign companies were studied, and assessments were conducted on the basis of strategic management models and approaches. Strategic governance in a globalizing world

The current state of models and approaches was analyzed, suggestions and recommendations were made to solve the problems.

Key words: *strategic management, concept of strategy, development of strategies, management models, approaches to strategic management, technological processes, market attractiveness.*