

II BÖLMƏ. QLOBAL İQTİSADİYYAT, LOGİSTİKA, KLASTERLƏRİN GENİŞLƏNDİRİLMƏSİ VƏ İNNOVATİV İNKİŞAF

UOT 330

Zəhra İsa qızı SƏMƏDOVA
i.f.d., dos., Bakı Dövlət Universiteti
zahra.samad@gmail.com

QLOBAL İQTİSADİYYAT VƏ LOGİSTİK PROBLEMLƏR

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi logistikanın funksiyalarını nəzərdən keçirməklə onun beynəlxalq iqtisadi əlaqələrdəki rolunu təhlil etmək və bu sayədə hal-hazırda var olan, gələcəkdə də yarana biləcək sosial, iqtisadi, siyasi, ətraf mühit və s. məsələlərlə bağlı problemlərin həlli istiqamətlərinin müəyyənlişdirilməsindən ibarətdir.

İşin metodologiyası logistikanın yaranma səbəblərinin, funksiyalarının müqayisəli təhlilindən ibarətdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, tədqiqat mətni logistikanın dünya iqtisadiyyatındakı rolunu araşdırmaqla daha yaxından təhlil etməkdir.

Tədqiqatın nəticələri-logistikanın dünya iqtisadiyyatında oynadığı rol araşdırılmış və yarana biləcək problemlərin həllində atılacaq addımlar müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, logistikanın mövcud funksiyaları ilə yanaşı gələcəkdə, xüsusilə də post-humanizm dövründə həyata keçirə biləcəyi addımlar təklif edilmişdir.

Açar sözlər: *logistika, qlobal iqtisadiyyat, ticarət, istehsal, sənayeləşmə*

Giriş

Qlobal logistika, malların istehsal edildiyi yerdən istehlak edildiyi yerə qədər tədarük zənciri vasitəsilə axınının idarə edilməsi prosesidir. Qlobal logistikaya yüklərin yük maşını, qatar, gəmi və ya təyyarə ilə daşınması, həmçinin paylama mərkəzlərində və digər logistik daşınmaz əmlak obyektlərində malların hazırlanması, qablaşdırılması və saxlanması daxildir.

Qlobal logistika bir çox biznes tərəfdaşları arasında sıx və mürəkkəb əməkdaşlıq tələb edir. Göndərmə şirkətləri, hava yolları, dəmir yolları və yükdaşıma şirkətləri yük daşıyırlar. Qlobal çatdırılma xidmətləri malların hərəkətini idarə edir. Logistik daşınmaz əmlak şirkətləri daşınma, daşınma və saxlama üçün kritik mərkəzlər olan obyektlərə sahibdir və onları idarə edir, bir sıra xidmət təminatçıları isə qlobal logistika sisteminin işləməsini təmin edən proqram təminatı, təhlükəsizlik, əmək və biznes kəşfiyyatını təmin edir.

Qlobal logistikada artım üç əsas tendensiya ilə şərtlənir: artan istehlak, artan e-ticarət və malların daha sürətli və daha səmərəli daşınması üçün təchizat zəncirinin davam edən yenidən konfigurasiyası. Bu tendensiyaların bütün dünyada davam edən gücü qlobal logistikanın dünya iqtisadiyyatında bundan sonra da mühüm rol oynayacağına göstəricisidir [10].

Xarici ədəbiyyatda logistika anlayışı ən çox əsas idarəetmə funksiyası kimi planlaşdırma ilə əlaqələndirilir. Məsələn, Amerika alimləri logistikanı planlaşdırma strukturu hesab edirlər. Onlar logistikanı ilk növbədə xərclərə qənaət mexanizmi kimi müəyyən etmişdilər [6]. Logistika İdarəetmə Şurası, məsələn, logistikanı “müşəri tələblərini ödəmək üçün malların, xidmətlərin və əlaqəli məlumatların mənşədən son istehlakçıya qədər rəşional və səmərəli hərəkətinin planlaşdırılması,

həyata keçirilməsi və nəzarət edilməsi prosesi” kimi müəyyən etmişdir. Məsələn, ingilis alimləri logistikanın əsas fəaliyyət istiqamətlərini göstərdilər ki, bu da bazarın tədqiqi və proqnozlaşdırılmasını, istehsalın planlaşdırılmasını, xammal, material və avadanlıqların alınmasını, inventar nəzarətini və bir sıra malların paylanması əməliyyatlarını, eləcə də onların tədqiqini əhatə edir. Bir sıra xarici alimlər hesab edirlər ki, logistika xammalın alınma nöqtəsindən son istehlak nöqtəsinə qədər material və əlaqəli informasiya axınlarının keçməsinə təmin edən bütün növ fəaliyyətlərin planlaşdırılması, təşkili və nəzarətidir. Logistika müəssisə daxilində və xaricində məhsul və məlumat axınını optimallaşdırmağa imkan verir [4].

Logistika ümumi xərcləri minimuma endirmək üçün materialların, ehtiyat hissələrin və hazır məhsulların, o cümlədən zəruri məlumat axınının hərtərəfli planlaşdırılması və idarə edilməsidir. Logistika müəyyən bir yerdə və müəyyən bir zamanda mallara tələb və təklifin hərəkətinə və əlaqələndirilməsinə kömək edən bütün fəaliyyətlərin əlaqələndirilməsidir.

Logistika istənilən istifadə istiqamətində aktualdır. İqtisadi praktikada müasir nailiyyətlərin, məsələn, bir-biri ilə obyektiv əlaqəli üç elmin (logistika, marketinq və kibernetika) birləşməsi və istifadəsi axın proseslərinin optimallaşdırılmasından maksimum effekt əldə etməyə imkan verir [2].

Logistika onun tətbiqinin ənənəvi sahələri ilə məhdudlaşmır, məsələn, nəqliyyat, istehsal, təchizat, paylama və s. Ədəbiyyatda xidmət, informasiya, proqramlaşdırma və insan fəaliyyətinin digər sahələrində logistika üzrə əsərlər meydana çıxmışdır. Xidmətlərin inkişafı ilə xidmət biznesində baş verən axınların optimallaşdırılmasına ehtiyac var. Xidmət logistikasının ayrılması ticarət, tibb, təhsil, restoran, məişət, istirahət və digər sahələri təyin edir [8]. Belə bir seçimin məqsədə uyğunluğu logistika prinsiplərinin iqtisadiyyatın müəyyən sektorunun idarə edilməsinə daxil edilməsinin dərinliyi və zəruriliyi ilə əsaslandırılır. İstirahət logistikası ən sürətlə inkişaf edir, çünki rekreasiya xidmət sektorunun səviyyəsi müəyyən bir bölgənin inkişafını müəyyən edir. Buna görə də, logistik əsasda idarə edilməli olan aşağıdakı rekreasiya axınları fərqləndirilir: məlumat, nəqliyyat, yaşayış, istirahət, qida ilə əlaqəli və marşrut (ekskursiya, turist).

Beləliklə, logistika müxtəlif sahələrdə və fəaliyyət sahələrində özünə yer tapır, bazar subyektlərinin, onların təklif etdiyi mal və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətinə nail olmaq və saxlamaq üçün zəruridir.

Qlobal logistika sistemləri

Logistika konsepsiyasının birmənalı formalaşdırılmasının çətinliyi logistikanın bir çox sahələri əhatə etməsi ilə izah olunur. Logistikanın tərifinin qeyri-müəyyənliyi də məsələyə fərqli baxışla izah olunur. Bu perspektiv alim, menecer, sahibkar, böyük müəssisənin rəhbəri, mühəndis və ya iqtisadçıya xasdır.

Sistemli yanaşma nöqtəyi-nəzərindən qlobal logistika sistemləri milli resurslara: material, xammal, enerji, maliyyə, əmək ehtiyatlarına qənaət etmək üçün ən təsirli vasitədir. Müasir şəraitdə bazarlarda axın proseslərinin təşkilinin ən məhsuldar variantlarını və formalarını tapmağa imkan verən qlobal logistika sistemləridir.

Ümumi mənada logistika, material, məlumat və insan axını proseslərinin optimallaşdırılması əsasında idarə olunmasıdır. Bir alim nöqtəyi-nəzərindən logistika, optimallaşdırmağa yönəlmiş material və məlumat axınlarının idarə edilməsi üçün rəşional metodların işlənilib hazırlanması metodologiyasıdır. Təcrübə nöqtəyi-nəzərindən logistika əmək və maddi resursların minimal xərcləri ilə axın proseslərinin rəşional təşkili üçün bir vasitədir. Praktik tətbiq nöqtəyi-nəzərindən logistika, lazımi məhsulu, lazımi keyfiyyəti, lazımi miqdarda, lazımi vaxtda, lazımi yerdə minimum vəsaitlə təmin etmək üçün mövcud olanla müqayisədə ən effektiv olanın seçimidir. Logistika sistemi, xərcləri minimuma endirmək üçün nəqliyyat proseslərinin optimallaşdırılmasına əsaslanan maddi, məlumat və maliyyə axınlarının idarə edilməsi sistemidir. Logistika yanaşması, xərcləri minimuma endirmək və ya effekti artırmaq üçün logistikadan istifadə edərək axın prosesinin təşkilati və analitik optimallaşdırılması üsuludur.

Logistika axın proseslərinin optimallaşdırılmasına və səmərəliliyin artırılmasına yönəlmiş logistika mexanizmləri və alətlərindən istifadə etməklə idarəetmənin təkmilləşdirilməsi prosesidir.

Əgər axın prosesi varsa, ona logistik prinsipləri və yanaşmaları tətbiq etmək, planlaşdırma və koordinasiyanı təşkil etmək, prosesin optimallaşdırılması və xərclərin minimuma endirilməsi vəzifəsini yerinə yetirmək mümkündür. Logistika əməliyyatı, material axınının bir yerində yalnız bir texniki cihazdan istifadə etməklə həyata keçirilən logistikanın texnoloji və ya təşkilati prosesinin müstəqil ayrılmaz hissəsidir.

Kurqanovun logistika nəzəriyyəsi və praktikasını anlamaq üçün yanaşmaları maraq doğurur. Beləliklə, o, logistikanın təriflərini düzgün hesab etmir. O, logistika qanunlarını, xüsusən təchizat zəncirinin ən inkişaf etmiş sahəsində formalaşdırmağa çalışır. “Logistikanın əsas qanunu material axınının hərəkəti ilə bağlı ümumi xərclərin qənaətidir”. Ümumiyyətlə, ifadənin mahiyyəti ilə razılaşsaq da qanun kimi ifadə ilə razılaşa bilmərik. Logistika, fikrimizcə, maddi, informasiya, maliyyə, insan və digər axınların optimallaşdırılması əsasında idarə olunmasıdır [12].

Menejmentə logistik yanaşmanın mahiyyətini və xüsusiyyətlərini nəzərdən keçirin. Logistika informasiyasının strukturunun təhlili göstərdi ki, logistika obyektlər və hərəkət obyektləri haqqında ilkin məlumatlar əsasında fəaliyyət göstərir. Digər tərəfdən, əmin olmaq olar ki, o, iqtisadi, riyazi və digər modellərdən (informasiyadan) istifadə etməklə marketinq tədqiqatı (informasiya) əsasında fəaliyyət göstərən nəzarət məlumatlarına, material axını (informasiya), mallar, obyektlər haqqında məlumatlara əsaslanır. Beləliklə, bu vəziyyətdə logistika xərcləri minimuma endirmək üçün axın prosesləri ilə nəzarət məlumatıdır.

Bir şirkətin inteqrasiya olunmuş logistika konsepsiyası şirkətin davranışına əsaslanır, bu da öz növbəsində bir sıra amillərlə müəyyən edilir, məsələn:

- şirkətin xərcləri;
- məhsullara tələbat və onların qiymətləri;
- şirkətin kapitalı;
- xammal, material və komponentlərin qiymətləri;
- bazarda rəqabətin vəziyyəti, istehlakçıların ödəmə qabiliyyəti [14].

Eyni zamanda, konsepsiya aşağıdakı kimi göstəricilərin istifadəsini nəzərdə tutur:

- sifarişlərin yerinə yetirilməsi müddətlərinə yüksək səviyyədə riayət edilməsi;
- aşağı ehtiyat səviyyəsi;
- resursların istehsal texnoloji tsiklindən keçməsi üçün minimum vaxt [14].

Fraqmental olaraq inteqrasiya olunmuş logistikanın üç əsas komponenti aşağıdakılardır. Fiziki paylama (müşəri xidməti ilə bağlı fəaliyyətlər) hazır məhsulları istehlakçılara təqdim edir, fiziki paylama mövqeyindən istehlakçı marketinq kanalının son nöqtəsidir. İstehsalın maddi-texniki təminatı (istehsal prosesinin planlaşdırılması və dəstəklənməsi ilə bağlı fəaliyyətlər) istehsal prosesi üçün zəruri olan maddi-texniki resursların vaxtında və hərtərəfli təchizatını təmin edir, qeyri-müəyyənliyə uyğunlaşmaq məcburiyyətində qalan fiziki bölgüdən fərqli olaraq özünün idarə olunan ehtiyaclarını ödəyir. Son istifadəçilər tərəfindən təmin edilən bazar tələbi. Satınalma (xarici təchizatçılardan mal və materialların alınması ilə bağlı fəaliyyətlər) istehsal və ya montaj müəssisələrinə material və komponentlərin xarici tədarükünü həyata keçirir və təşkil edir. Çatdırılma paylayıcı anbarlara və ya pərakəndə ticarətə edilə bilər.

Bir şirkət üçün logistika yanaşmasının sistemli düşüncə, dürüstlük, ümumi xərclərin optimallaşdırılması, rəhbərliyin birliyi mənasını verdiyinə əsaslanaraq, məqsədləri, vəzifələri və bu konsepsiyanın tətbiqi imkanlarını müəyyən etmək üçün şirkətin ilkin təhlilini aparmaq zərurəti yaranır. İnteqrasiya edilmiş logistika strukturlarını formalaşdırarkən aşağıdakı əsas amillər nəzərə alınmalıdır [1].

Birincisi, sifarişin yerinə yetirilməsi dövrü (funksional dövr) logistika funksiyasının inteqrasiyasının təhlilinin əsas obyektini kimi çıxış edir.

İkincisi, münasibətlər baxımından funksional dövrün əsas strukturu fiziki bölgü üçün, istehsalın maddi-texniki təminatı və tədarük üçün demək olar ki, eynidir- əhəmiyyətli fərq, firmanın müxtəlif növ funksional dövrlərə nəzarət dərəcəsidir.

Üçüncüsü, bütövlükdə logistika sistemi nə qədər mürəkkəb olsa da ən vacib əlaqələri və nəzarət

xətlərini müəyyən etmək üçün ayrıca funksional dövrənin konfigurasiyasını araşdırmaq lazımdır (bu inteqrasiya üçün ilkin şərtidir).

Fiziki paylamada funksional dövr məhsulların birbaşa çatdırılmasına qədər istehlakçı sifarişlərinin işlənməsi və icrasına qədər azalır.

İstehlakçıların cəlb edilməsi ilə bağlı fəaliyyətlər iki komponentdən ibarətdir-əməliyyatların bağlanması və onların faktiki icrası. Sövdələşmələrin bağlanması reklam və satışın funksiyasıdır. Fiziki paylama əməliyyatların faktiki icrasını həyata keçirir-köçürmə, emal, sifarişin seçilməsi, sifariş edilmiş malların daşınması, istehlakçılara çatdırılması. Fiziki paylama logistika sisteminin elementi kimi firmanı müştəriləri ilə əlaqələndirir, əlavə olaraq fiziki paylama istehsal və marketinq funksiyalarını əlaqələndirir.

İstehsalın maddi-texniki təminatı ilə bağlı fəaliyyətlər, bir qayda olaraq, ayrıca firmanın tam məsuliyyəti və nəzarəti altındadır. Müəssisədə: tədarük material ehtiyatlarının hərəkətinə cavabdehdir, lakin onların müəssisə daxilində hərəkəti istehsalın maddi-texniki təminatı kimi təsnif edilir. Bu halda logistik əməliyyatlar yükləmə-boşaltma əməliyyatları və müəssisənin istehsal bölmələri arasında maddi ehtiyatların daşınması ilə məhdudlaşır.

Təchizatda funksional dövrə maddi ehtiyatların müəssisəyə müntəzəm axınından ibarətdir ki, bu da müəyyən tədbirləri tələb edir, bunlara aşağıdakılar daxildir: təchizat mənbələrinin seçilməsi, sifarişin verilməsi, daşınması, çatdırılması. Funksional təchizat dövrü bir çox cəhətdən sifarişin emalı dövrünə bənzəyir, lakin çatdırılma, daşınan yükün miqdarı, daşınma üsulu və cəlb olunan məhsulların dəyəri baxımından fərqlənir.

Logistikanın axın proseslərinin optimallaşdırılması əsasında idarə edilməsi

Federal səviyyədə logistika idarəetməsi dövlət tərəfindən müəyyən standartları müəyyən edən qanunlar və digər sənədlər vasitəsilə təchizat-istehsal-satış zəncirinin səmərəli işləməsi üçün şərait yaratmaqla həyata keçirilir. Bu qaydalar məcburidir. Qanunlara əlavə olaraq, federal səviyyədə logistika idarəetməsi iqtisadi siyasət çərçivəsində, dövlət və prezident proqramlarının həyata keçirilməsi yolu ilə həyata keçirilir [3].

Regional səviyyədə logistika qarışıq idarəetmədir, çünki məcburi qaydalar və bazar mexanizmləri iqtisadiyyatı və ya logistika idarəçiliyini tənzimləmək üçün istifadə olunur.

Müəssisə səviyyəsində logistika, xərcləri minimuma endirmək və səmərəliliyi artırmaq üçün zəncir iştirakçıları tərəfindən istifadə olunan iqtisadi mexanizmlər və logistika idarəetmə vasitələri toplusudur. Bu logistik üsullar könüllü olaraq, bazar əsasında tətbiq edilir.

Logistikanın təsnifatı ənənəvi istiqamətlərə və xüsusiyyətlərə görə, xüsusən də material təchizatı sahəsində çoxdan qurulmuşdur. Logistikanın bir elm kimi inkişafı ilə onun təsnifatı da təkmilləşdirilmişdir. Beləliklə, sonrakı illərdə (XX əsrin sonu və 21-ci əsrin əvvəlləri) informasiya logistikası, innovativ, rekreasiya, xidmət logistikası və s. kimi fənlər meydana çıxdı.

Beynəlxalq iqtisadiyyatda logistikanın rolu

Ticarətin artan zənginliyi mal və xidmətlər üçün milli və beynəlxalq bazarların yüksəlməsinə səbəb oldu. Keçmişdə minlərlə yeni əmtəə və xidmət təqdim edilib və hazırda bütün dünyada istehlakçılara satılır və dövriyyəyə buraxılır. Genişlənmiş bazarların və yeni məhsul və xidmətlərin yüksəlişinin çağırışlarına cavab vermək üçün işlərin həcmi və mürəkkəbliyi artdı. Çoxlu zavod əməliyyatları tək zavodları əvəz etdi. Məhsulların mənsə nöqtəsindən istehlak nöqtəsinə qədər bölgüsü inkişaf etmiş ölkələrin Ümumi Daxili Məhsulunun (ÜDM) çox mühüm tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Torpaqdan, əməkdən və kapitaldan istifadəsini və həyat standartlarına təsirini nəzərə alsaq, logistika açıq şəkildə böyük biznesdir. Logistika Rəqabət Üstünlüyünə gətirib çıxarır. Marketinq konsepsiyası “təşkilati məqsədlərə nail olmağın hədəf bazarların ehtiyac və istəklərinin müəyyən edilməsindən və arzu olunan məmnunluqların rəqiblərdən daha effektiv və səmərəli şəkildə çatdırılmasından asılı olduğunu müdafiə edən marketinqin idarə edilməsi fəlsəfəsidir. Başqa sözlə, marketinq konsepsiyası bir işin müştəri ehtiyaclarını ödəmək üçün mövcud olduğunu qəbul edir. Marketinq konsepsiyasının üç kritik elementi “müştəri məmnuniyyəti”, “inteqrasiya edilmiş səy” və “şirkət mənfəəti”dir. Logistika firmanın uğur qazanması üçün açar rolunu oynayır, istəni-

lən marketinq səyi düzgün məhsula, düzgün qiymətə, düzgün təşviqatla birləşərək və lazımı yerdə əldə etmək ideyalarını özündə birləşdirməlidir – bunlar dörd Ps-dir. marketinq birləşməsidir. Loqistika xüsusilə məhsulun lazımı yerə çatdırılmasına dəstək olmaqda mühüm rol oynayır. Kommunal xidmətin yaradılması ilə bağlı qeyd edəcəyimiz kimi, məhsul və ya xidmət müştəri məmnuniyyətini o halda təmin edir ki, o zaman və lazım olduğu yerdə müştəriyə təqdim olunur. Müştəri məmnuniyyətinə nail olmaq həm daxildə, həm də xaricdə (təchizatçılar və son müştərilərlə) integrasiya olunmuş səy tələb edir [5].

Məhsul, müştərinin alış nəticəsində əldə etdiyi kommunal xidmətlər və ya funksiyalar toplusudur. Qiyməti aşağı salmaq üçün rəhbərlik məhsulun keyfiyyətini azaltmaq, məhsul xüsusiyyətlərini aradan qaldırmaq, məhsul təkliflərinin genişliyini azaltmaq, müştəri xidməti və ya zəmanət dəstəyini azaltmaq və ya model dəyişiklikləri arasındakı vaxtı artırmaq qərarına gələ bilər. Lakin bu hərəkətlərdən hər hansı biri məhsulun istehlakçılar üçün cəlbediciliyini azalda, müştərilərin itkisinə səbəb ola bilər və bununla da uzunmüddətli mənfəətin azalmasına səbəb ola bilər. Səhv qərarlar qəbul etməmək üçün rəhbərlik logistika və digər marketinq fəaliyyətləri arasında uyğunlaşmaları və qarşılıqlı əlaqəni başa düşməlidir.

Qiymət faktorlarına əsasən rəqabətqabiliyyətlilik

Müştərinin bir məhsul və ya xidmət üçün ödədiyi pul məbləği adətən onun qiyməti adlanır. Qiymət faktorlarına həcm və ya rol endirimləri, operativ ödəniş endirimləri, güzəştlər, müəyyən bir müştəri sinfi üçün bir neçə yolla bu maddələrin hər biri üçün göndərmə və daşıma xərcləri daxildir.

Təchizatçı məhsulunun qiymətini aşağı salmaqla və ya şərtləri və ya xidmət təklifini dəyişdirməklə satışları artırmağa cəhd edə bilər. Əgər sözügedən maddəyə tələb çox qeyri-elastikdirsə (yəni, satış qiymət dəyişiklikləri səbəbindən kəskin şəkildə dəyişir), belə bir strategiya daha yüksək vahid satışları yarada bilər, lakin mütləq daha yüksək mənfəət gətirə bilməz, satışlar aşağı qiyməti kompensasiya etmək üçün kifayət qədər artmaya bilər. Bu, xüsusilə müştəri tələbinin nisbətən sabit olduğu və rəqabətin qiymətlərin azaldılmasının ardınca gedə biləcəyi yetkin sənayelər üçün doğrudur. Belə hallarda bütün sənayenin satışı və gəlirliliyi zərər çəkə bilər.

Məhsul və ya xidmətin təşviqinə həm şəxsi satış, həm də reklam daxildir. Artan reklam xərcləri və ya birbaşa satış gücünün həcmi satışlara müsbət təsir göstərsə də, gəlirlərin azalması nöqtəsi var. Bu nöqtədə xərclənən əlavə pul əlavə xərcləri əsaslandırmaq üçün satışlarda və/və ya mənfəətdə kifayət qədər yüksək artım yaratmır. Təşkilatların bu nöqtəyə nə vaxt çatdıqlarını başa düşmələri vacibdir ki, vəsaitlərin yanlış bölüşdürülməsinin qarşısını ala bilsinlər.

Ehtiyatlı fikir, əlavə reklam vəsaitlərinin yenidən bölüşdürülməsi, ola bilsin ki, işçilərin təlimi üçün olardı. Marketinq kompleksinin yerləşmə komponentinin xərcləri təşkilat tərəfindən göstərilən müştəri xidmətləri səviyyələrini dəstəkləyir. Buraya vaxtında çatdırılma, yüksək sifariş doldurma dərəcələri və ardıcıl tranzit vaxtları daxildir. Müştəri xidməti logistika sisteminin nəticəsidir və firmanın logistik xərclərini təmsil edir. Digər tərəfdən, bir təşkilat marketinq kompleksinin bütün elementləri üzrə yaxşı performans göstərdikdə, müştəri məmnuniyyəti əldə edilir. Bir çox təşkilatlar üçün müştəri xidməti rəqabət üstünlüyü əldə etməyin açarı ola bilər. Müştəri xidmət səviyyələrini müştərinin istədiyi və ödəməyə hazır olduğu şeylərə uyğunlaşdırmaqla, təşkilat eyni zamanda xidmət səviyyələrini yaxşılaşdırma və xərcləri azalda bilər. Bütün logistik əməliyyatlar müştəri xidmətinə təsiri baxımından nəzərə alınmalıdır. Bu təhlili yerinə yetirmək üçün ümumi xərc konsepsiyasından istifadə edilməlidir.

Əlavə olaraq, texnologiyanın və təchizat zəncirinin idarə edilməsi (SCM), ümumi keyfiyyətin idarə edilməsi (TQM), tam vaxtında (JIT) və sürətli cavab (QR) kimi müxtəlif idarəetmə strategiyalarının qəbulu və tətbiqindən əldə edilən əməliyyat səmərəliliyi və effektivliyi ilə birləşdirildikdə təşkilatlar rəqabət üstünlüyü inkişaf etdirə bilər. Texnologiya və idarəetmə strategiyaları daha sonra bu fəsilə və bu mətn boyu müzakirə olunacaq [7].

İstehsal olunan məhsullar müəyyən dəyərə və ya faydalılığa malikdir, çünki yığılmış əşya yığılmamış komponentlərdən və ya xammaldan daha qiymətlidir. Məsələn, hazır avtomobil isteh-

lakçı üçün yığılmamış hissələrindən daha qiymətlidir. Materialların tamamlanmış vəziyyətdə təqdim edilməsinin dəyəri və ya faydalılığı forma faydalılığı adlanır. Müştəri üçün məhsul təkcə forma baxımından faydalı olmamalı, həm də lazımı yerdə, lazımı vaxtda alına bilməlidir. İstehsalın əlavə etdiyi dəyərdən məhsullara əlavə olunan dəyəri (forma faydalılığı) məkanın, zamanın və ya mülkiyyətin faydalılığı adlandırmaq olar. Logistik fəaliyyətlər məkan və zaman faydalarını təmin edir, digər marketinq fəaliyyətləri isə sahiblik faydalarını təmin edir.

Rəhbərlik logistikanın əlavə etdiyi dəyərlə kifayət qədər maraqlanır, çünki məkan və vaxt baxımından yaxşılaşmalar son nəticədə firmanın mənfəətində öz əksini tapır. Həm logistika xərclərinə qənaət, həm də təkmilləşdirilmiş logistika sistemi vasitəsilə daha güclü marketinq mövqeyi yaxşı nəticələrə gətirib çıxara bilər.

Zaman faydası, doğru zamanda bir şeyə sahib olmaqdan yaranan dəyərdir. Məhsullar ehtiyac duyulduğunda əldə olunmasa, müştərilər üçün o qədər də dəyərli deyil. Məsələn, qida emalı müəssisəsində xammal (yeyinti məhsulları), qablaşdırma materialları və digər əşyalar istehsal prosesi başlamazdan əvvəl və ya artıq başlamışdırsa, mövcud ehtiyatlar tükənməzdən əvvəl mövcud olmalıdır. Bu maddələrin vaxtında alınmaması, baha başa gələn istehsalın dayandırılmasına və firmanı rəqabətdə əlverişsiz vəziyyətə sala bilər. Logistik fəaliyyətlər məhsullara məkan və zaman faydaları əlavə etmək üçün birləşir.

Mülkiyyət faydası, müştərinin əşyaya sahib olmasına icazə verməklə məhsula əlavə dəyərdir. Mülkiyyətin faydası müştəriyə logistikaya deyil, məhsula sahib olmağa imkan verən kredit, kəmiyyət endirimləri və təxirə salınmış ödənişlərin təklif edilməsinin nəticəsidir. Logistika və marketinq prosesləri mülkiyyət faydası ilə nəticələnir [9].

Səmərəli və sərfəli logistika sistemi korporasiyanın kitablarında olan maddi aktiv kimidir. Logistika sərəştəsi firmanın rəqibləri tərəfindən asanlıqla təkrarlana bilməz. Əgər şirkət müştərilərini tez və ucuz qiymətə məhsullarla təmin edə bilsə, rəqibləri ilə müqayisədə bazar payı üstünlükləri əldə edə bilər. O, ya logistikanın səmərəliliyi nəticəsində məhsulunu daha aşağı qiymətə sata bilər, ya da daha yüksək səviyyəli müştəri xidməti göstərə bilər və bununla da qudvil yarada bilər. Hazırda heç bir təşkilat bu “aktiv” öz balansında müəyyən etməsə də, nəzəri olaraq onu qeyri-maddi aktivlər, patentlər, müəllif hüquqları və ticarət nişanları kimi maddələri əhatə edən kateqoriya kimi qeyd etmək olar.

Kompüter texnologiyası və paylama proqramı müəssisələri logistika idarəçiliyində daha çox maraqlandıran digər iki amildir. Kompüter texnologiyasının, xüsusən də mikrokompüterin inkişafı menecerlərə logistika idarəetməsini əvvəlkindən daha səmərəli və effektiv həyata keçirməyə imkan verdi. Firmalar kompüter sürəti və dəqiqliyi sayəsində xərclərin səmərəliliyini artırmaqla; onlar istehsalın planlaşdırılması, inventar nəzarəti və sifarişin işlənməsi kimi fəaliyyətləri idarə etmək və nəzarət etmək üçün mürəkkəb üsullardan istifadə edə bilərlər. Əslində, bu cür irəliləyişlər və bunun nəticəsində firmanın marketinq, istehsal və maliyyə fəaliyyətinə təsiri top menecerlərin logistika haqqında məlumatlılığının yaradılmasında mühüm rol oynamışdır.

Logistika idarəçiliyinin əhəmiyyətinin tanınmasının əsasında bir sıra amillər dayanır:

- kompüter texnologiyaları və kəmiyyət texnikalarında irəliləyişlər;
- sistem yanaşmasının və ümumi məsrəflərin təhlili konsepsiyasının inkişafı;
- firmanın müştəri xidməti proqramında logistikanın rolunun tanınması.

Bir çox firmaların mənfəəti, logistikanın səmərəliliyinin artırılması, mənfəətin ümumi iqtisadi şəraitdən yararlanması və logistikanın bazarda rəqabət üstünlüyü yaratmağa kömək edə biləcəyini qəbul etməsi nəticəsində, xərclərə qənaətin həyata keçirilməsinə biləcəyi funksional sahələri kəşf edə bilməməsi səbəbindən azalır [11].

Nəticə

Logistika, müştəri ehtiyaclarına uyğun olaraq malların, xidmətlərin və əlaqəli məlumatların mənşə nöqtəsindən istehlak nöqtəsinə qədər səmərəli irəli və tərs axını ilə məşğul olan tədarük zəncirinin idarə edilməsinin bir hissəsidir. Logistika menecmenti təchizat zəncirini bir yerdə saxla-

yan komponentdir. Logistikada idarə olunan resurslara materiallar, avadanlıq və təchizat kimi maddi mallar, həmçinin ərzaq və digər istehlak materialları daxil ola bilər [13].

Logistika materialların və ya məhsulların bir obyektədən digərinə (məsələn, istehsal müəssisəsindən montaj zavodlarına və paylama mərkəzlərinə) daşınması ilə məşğul olur; o, istehsal və ya montaj zavodları daxilində material axını ilə məşğul olmur (məsələn, istehsalın planlaşdırılması və ya tək maşın qrafiki). Logistika bir təşkilatın və ya ölkənin əməliyyat xərclərinin əhəmiyyətli hissəsini tutur.

Logistikanın mürəkkəbliyi xüsusi simulyasiya proqramı ilə modelləşdirilə, təhlil edilə, vizuallaşdırıla və optimallaşdırıla bilər. Resurslardan istifadənin minimuma endirilməsi logistikanın bütün sahələrində ümumi motivasiyadır.

ƏDƏBİYYAT

1. Anderson, J. E. and Marcouiller, D. (2002). “Insecurity and the pattern of trade: an empirical investigation”, Review of Economics and Statistics, Vol. 84, No. 2, pp. 342-52.
2. American Journal of Economics, Finance and Management, Vol. 1, No. 6, 2015, pp. 604-614
3. Banga, R. (2014). “Linking into global value chains is not sufficient: do you export domestic value-added contents”? Journal of Economic Integration, Vol. 29, pp. 267-297.
4. Hannan Sadjady (2011); Physical Flows; <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-385202-1.00002-5>
5. Phuc T. T. Nguyen*, Lin Crase, Geoffrey R. Durden (2008); Organizational Logistics Processes: A Literature Review and an Exploratory Investigation of International Multimodal Transport in Vietnam
6. <http://www.aiscience.org/journal/ajefm>
7. http://www.eurasiancommission.org/en/act/trade/dotp/sogl_torg/Pages/default.aspx
8. <http://www.aztechizat.com/blog/t%C9%99dar%C3%BCk-z%C9%99nciri.html>
9. <http://markono.booklikes.com/post/1783067/we-help-take-your-publishing-to-the-next-level>
10. <http://www.differencebetween.net/business/differences-between-logistics-and-supply-chain/>
11. <https://www.marketing91.com/logistics-activities/>
12. <https://technofaq.org/posts/2016/08/role-and-function-of-logistics-management/>
13. <https://greenwoods.org/the-role-of-logistics-in-the-intl-economy/>
14. <https://www.prologis.com/global-logistics>

Захра Иса кызы Самадова

*Канд. наук, доцент, Бакинский Государственный Университет
zahra.samad@gmail.com*

Глобальная экономика и логистические проблемы

Резюме

Целью исследования является рассмотрение функций логистики, анализ ее роли в международных экономических отношениях, а в связи с этим социальных, экономических, политических, экологических и др. он состоит в определении направлений решения в решении проблем, связанных с вопросами.

Методология работы состоит из сравнительного анализа причин и функций логистики.

Прикладная значимость исследования заключается в том, что текст исследования представляет собой более детальный анализ путем изучения роли логистики в мировой экономике.

Результаты исследования рассмотрели роль логистики в мировой экономике и определили шаги, которые необходимо предпринять для решения проблем, которые могут возникнуть.

Оригинальность и научная новизна исследования заключается в том, что наряду с его текущими функциями предложены шаги, которые логистика может предпринять в будущем, особенно в постгуманистическую эпоху.

Ключевые слова: логистика, мировая экономика, торговля, производство, индустриализация.

Zahra Isa Samadova
PhD, assoc. prof., Baku State University
zahra.samad@gmail.com

Global economy and logistics problems

Summary

The purpose of the study is to review the functions of logistics, to analyze its role in international economic relations, and due to this, social, economic, political, environmental, etc., it consists of determining the solution directions in solving the problems related to the issues.

The methodology of the work consists of a comparative analysis of the causes and functions of logistics.

The applied importance of the research is that the research text is a closer analysis by examining the role of logistics in the world economy.

The results of the study examined the role played by logistics in the world economy and determined the steps to be taken to solve the problems that may arise.

The originality and scientific novelty of the research is that, along with its current functions, the steps that logistics can take in the future, especially in the post-humanist era, have been proposed.

Key words: logistics, global economy, trade, production, industrialization.