

**AZƏRBAYCAN MİLLİ ELMLƏR AKADEMİYASI
İQTİSADİYYAT İNSTİTUTU**

Əlyazması hüququnda

PARHAM AHMAD OĞLU HOSSEİN

**TİKİNTİ SFERASININ İDARƏ EDİLMƏSİNİN
İNTEQRASIYA SİSTEMİ**

İxtisas: 5312.01 – Sahə iqtisadiyyatı

İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün
təqdim edilmiş dissertasiyanın

A V T O R E F E R A T I

BAKİ – 2016

Dissertasiya işi Azərbaycan Memarlıq İnşaat Universitetində yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: iqtisad elmləri doktoru, professor
Məhəbbət Aşır oğlu Məmmədov

Rəsmi opponentlər: iqtisad elmləri doktoru, professor
Qəzənfər Salman oğlu Süleymanov

iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Qumalat Həmid oğlu Babayev

Aparıcı təşkilat: **Azərbaycan Texniki Universiteti**
“Sənayenin iqtisadiyyatı və menecment”

Müdafiə 9 iyun 2016-cı il saat 14⁰⁰- da Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının İqtisadiyyat İnstitutu nəzdindəki D.01.181 Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan: AZ 1143, Bakı şəhəri, Hüseyn Cavid prospekti 115, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının İqtisadiyyat İnstitutu.

Dissertasiya işi ilə Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Mərkəzi kitabxanasında tanış olmaq olar.

Avtoreferat 6 may 2016-cı il tarixində göndərilmişdir.

D.01.181 Dissertasiya Şurasının Elmi katibi
iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

F.Q.Musayeva

İŞİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

Mövzunun aktuallığı. Tikinti sferasının idarə edilməsi və təşkilinə inteqrasiya (birləşmə) yanaşması onun sistemli xüsusiyyətinin istifadə edilməsinə imkan verir və sinergiyaya malik olan üstünlüklərə nail olunur. İnteqrasiya yanaşmasının bütöv izahı bir neçə istiqamətlərin öyrənilməsi ilə müşahidə olunmalıdır: tikinti sferasının inteqrasiyaya qarşılıqlı təsiri, bu işə baxılan sferanın sosial-iqtisadi bütövlüyünü təmin edir və ərazi investisiya-tikinti kompleksi arasında qarşılıqlı təsirdə olub ölkənin vahid tikinti bazarını əmələ gətirir.

Tikinti sferası subyektlərinin idarə edilməsinə inteqrasiya yanaşması marketinq - menecment ideologiyasının həyata keçirilməsinə əsasən reallaşır, bu işə ölkəmizin və xarici elmi məktəblərin qabaqcıl nümayəndələrinin elmi maraqları fokusunda olan müasir idarəedici konsepsiyadır. Onun konstruktiv idarə edilməsi xarici mühitin mürəkkəb amillərinin hərtərəfli uçotunu və tikinti məhsuluna istehlak tələbinin təmin edilməsinə yönəldilən istehsal-tikinti proqramlarının formalaşması üzrə fəaliyyət kimi marketinqdə və tikinti profilli təşkilatlarda menecmentin funksiyalarını yenidən fikirləşməsinə tələb edir.

Tikintidə marketinq-menecment investisiyaların axınını təmin edir, daxili və xarici investisiyaların səmərəli istifadə edilməsinə imkan yaradır, bu işə ölkənin iqtisadiyyatı üçün vacibdir. Onun inkişafı işə perspektivdə xüsusi daxili ehtiyatların intensivləşməsinə əsaslanmalıdır. Bu vəziyyət dissertasiyanın tədqiqatı mövzusunu aktual hesab edir.

Problemin öyrənilməsi səviyyəsi. Problemin bu və ya digər məsələlərinə bir çox yerli və xarici ölkə alimlərinin əsərlərində geniş yer verilmişdir. Tikinti sferasının idarə edilməsi və tikinti məhsuluna qiymət əmələ gəlməsi ilə bağlı nəzəri və praktiki məsələlərə Azərbaycan alimlərindən İ.Ə.Mehdiyev, V.M.Şirəliyev, Q.R.Qeybullayev, M.A.Məmmədov, T.H.Hüseynov, K.A.Şahbazov, T.T.Eyniyev, Ə.M.Əliyev, E.M.Yusifovun, xarici ölkə alimlərindən A.N.Asaul, V.P.Qraxov, D.M.Qrişiani, A.Fayol, P.Draker., X.Volfranq, M.X.Meskon, A.Komijany, N.Mirsepasy, S.M.Alvany, A.İ.Ançışkin, A.V.Popov, I.Ansoff, İ.N.Qreçikova, əsərlərində rast gəlmək olur.

Lakin, adlarını çəkdiyimiz müəlliflərin apardıqları tədqiqatların əhəmiyyətini azaltmadan qeyd etmək lazımdır ki, bu tədqiqatlarda müasir dövrdə tikinti sferasının inteqrasiya məsələləri, tikintidə marketinq-menecmentin təşkili tədqiqat predmeti kimi kompleks şəkildə kifayət qədər

tədqiq olunmayıb.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Tədqiqat işinin əsas məqsədi tikinti sferasında marketing - menecmentin təmin edilməsinin elmi - metodologiyasını və idarəetmənin iqtisadi metodlarını işləməkdir

Əsas məqsədə uyğun aşağıdakı **vəzifələr** qoyulub və ardıcıl həyata keçirilir:

- tikinti sferasında marketing-menecment sisteminin integrasiyasının formalaşmasının metodoloji əsasları;

- tikinti sferasında marketing - menecmentin strategiyası və monitorinqinin funksiyasının elmi əsaslandırılması;

- tikinti şirkətinin innovasiya siyasətinin formalaşması və integrativ idarəetməyə innovasiya yanaşmasının məzmunu və xüsusiyyətlərinin açılması;

- tikinti sferasında integrativ idarəetmənin formalaşmasına metodoloji yanaşmaların və prinsiplərin cəminin əsaslandırılması;

- obyektlərin tikintisi prosesinin menecmenti və marketing tədqiqatının aparılmasının təhlili;

- tikintidə idarəetmənin iqtisadi mexanizmində qiymətlər və qiymətdöymənin formalaşması;

- idarəetmənin iqtisadi metodları sistemində tikinti podratının icrasının müqavilə qiymətinin mexanizmi.

Tədqiqatın obyektini tikinti sektorunda fəaliyyət göstərən subyektlər təşkil edir.

Tədqiqatın predmetini tikinti sferası subyektlərinin idarə edilməsi sistemində formalaşan, iqtisadi - təşkilati münasibətlər təşkil edir.

Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasları tikintinin inkişafı ilə əlaqədar Azərbaycan Respublikası və İran İslam Respublikası Prezidentinin verdiyi Fərman və Sərəncamlar, qəbul edilən qanun və qərarlar və digər normativ-hüquqi sənədlər təşkil edir. Dissertasiyanın nəzəri əsaslarını tikintinin idarə edilməsi və iqtisadiyyatı, marketing, strateji planlaşdırma və proqnozlaşdırma, menecment sahəsində ölkə və xarici elmi məktəblərin aparıcı iqtisadçılarınin fundamental əsərləri təşkil edir. Tədqiqat prosesində kompleks sistemli təhlil, müqayisə, məntiqi ümumiləşdirmə, statistik və digər metodlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazasını tikinti şirkətlərinin məlumatları və hesabatları, həmçinin ölkəmizdə və xaricdə nəşr olunan ixtisaslaşdırılmış elmi əsərlər, dövrü mətbuatda dərc edilən elmi məqalələr, elmi - praktik materiallar təşkil edir.

Tədqiqatın elmi yenilikləri aşağıdakılardır:

- obyekt və predmet integrasiyasını formalaşdıran, tikinti sferasının idarə edilməsinə integrativ yanaşmanın istifadə edilməsi əsaslandırılıb;
- strateji menecmentin və marketingin konseptual müddəalarının istifadə edilməsi ilə tikinti sferasında marketing - menecmentin metodologiyası tədqiq olunub;
- tikinti şirkətinin innovasiya siyasəti və integrativ idarəetməyə innovasiya yanaşmasının xüsusiyyətləri şərh edilir;
- tikinti sferasının sahibkarlıq mühitinin monitorinqini və tikinti məhsulunun həyat tsiklinin monitorinqini daxil edən kompleks marketing monitorinqinin yaradılması və səmərəli istifadəsi üzrə tövsiyələr işlənib;
- obyektlərin tikintisi prosesinin menecmenti və tikinti sisteminin marketing tədqiqatının aparılmasının təhlili verilir;
- tikintidə idarəetmənin iqtisadi mexanizmində qiymətlər və qiymətqoymanın formalaşması araşdırılmışdır;
- idarəetmənin iqtisadi metodları sistemində tikinti podratının icrasının müqavilə qiymətinin mexanizminin formalaşması öyrənilmişdir.

Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti: Tədqiqat zamanı əldə edilən nəticələr və verilmiş təkliflər tikinti bazarı subyektlərinin idarəetmə sisteminin təkmilləşməsinə və tikinti sferasında yeni idarəetmə qərarlarını, innovasiya axtarışını, sahibkarlıq təşəbbüsünü səmərəli reallaşdırmağa imkan verə bilər. Dissertasiya işindən ərazi və sahələrarası bazarlar şəbəkəsində tikinti sferası subyektlərinin integrasiyası və müasir marketing və menecmentin prinsiplərinin, marketing - menecment konsepsiyasının müddəalarının işlənib hazırlanmasında istifadə oluna bilər.

Həmçinin tədqiqatın nəticələrindən “Tikintinin iqtisadiyyatı və idarə olunması”, “Tikintidə menecment”, “Daşınmaz əmlakın iqtisadiyyatı”, “Korporativ idarəetmə” və sair digər fənlərin tədrisində də istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın aprobasiyası və nəticələrin tətbiqi: Mövzu üzrə aparılmış tədqiqatın nəticələri İran İslam Respublikasında və Azərbaycanda, habelə bir neçə xarici ölkədə nəşr edilən elmi jurnallarda məqalə kimi dərc edilmiş və müxtəlif elmi-praktiki konfraslarda məruzə edilmişdir.

İşin quruluşu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və 109 adda istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. İşin ümumi həcmi 161 səhifədən ibarətdir. İşdə 17 cədvəl, 23 şəkil verilmişdir.

Dissertasiya işinin mündəricatı

Giriş

I Fəsil. Tikinti sferasının idarə edilməsinin integrasiya sisteminin nəzəri və metodoloji əsasları

1.1. Tikinti sferasında marketinq-menecment sisteminin integrasiyasının formalaşmasının nəzəri əsasları

1.2. Tikinti sferasında marketinq-menecmentin strategiyası və monitorinqin funksiyası

1.3. Tikinti şirkətinin innovasiya siyasəti və integrativ idarəetmə sisteminə innovasiya yanaşmasının xüsusiyyətləri

II Fəsil. Tikinti sferasında idarəetmənin integrasiya sisteminin təhlili

2.1. İntegrasiya sisteminin tikinti obyektlərinin investisiya ideyasının formalaşmasının və layihənin idarə edilməsinin təhlili

2.2. İnvestisiya layihəsinin marketinq təminatında xarici məsləhət firmalarının təcrübəsinin təhlili

2.3. Menecment və tikinti sisteminin marketinq tədqiqatının aparılmasının təhlili

III Fəsil. Tikinti sferasının idarə edilməsinin integrasiya sisteminin mexanizmlərinin işlənməsinin əsas istiqamətləri

3.1. Tikinti sferasının idarə edilməsinin iqtisadi mexanizmində qiymətlər və qiymətqoymanın formalaşması

3.2. Xarici ölkələrin tikintisinin menecmentində qiymətqoyma mexanizmi

3.3. Tikinti sferasında idarəetməni iqtisadi metodları sistemində tikinti podartının icrasının müqavilə qiymətinin mexanizmi

Nəticə

İstifadə olunan ədəbiyyat siyahısı

MÜDAFİƏYƏ TƏQDİM EDİLƏN ƏSAS ELMİ MÜDDƏALAR

1. Tikinti sferasının idarə edilməsinin prinsipial xüsusiyyətlərinin formalaşması metodologiyası və onu əmələ gətirən başlıca tədqiq edilmişdir.

Tikinti sferasının idarə edilməsinin prinsipial xüsusiyyətlərini formalaşdıran ən əsas problemlərdən biri integrasiya problemidir, ona iki mövqedə baxmaq olar:

- tikinti istehsalının və investisiya sferasının integrasiyası kimi;
- tikinti sferasının idarə edilməsində vahid sistem olan, marketinq və menecmentin funksiyalarının integrasiyası kimi.

İntegrasiyanın birinci üsulunu obyektiv idarəetmə integrasiyası kimi xarakterizə etmək olar, yəni onun çərçivəsində idarəetmənin iki iriləşdirilmiş obyektı birləşdirilir – tikinti istehsalının sferası və investisiya sferası.

İkinci üsul predmet integrasiyasını əmələ gətirir. O, idarəetmənin iki predmet sahəsinin cəminin iriləşməsini əhatə edir, yəni idarəetmənin çoxlu metodlarını və həmin metodlar arasında münasibətləri göstərir.

Hazırkı tədqiqatın metodologiyasını əmələ gətirən, başlıca anlayışlar integrativ idarəetmə və marketinq-menecment anlayışdır. İşçi hipotezası kimi onların oxşarlığı haqqında tezis (hər ikisi də konsepsiyanın müddəalarını reallaşdırır) istifadə olunur, fəlsəfi mənada onların iqtisadi təbiətinin bənzərliyi. Ancaq struktur təhlilin gedişində təkcə onların oxşar cəhətləri yox, həm də mövcud fərqləri aşkar edildi, bu da tikinti sferasının uçotunu və idarə edilməsini tələb edir.

Beləliklə, marketinq-menecment, təşkilatların (şirkətlərin) idarə edilməsinin xüsusi növüdür və aşağıdakı formada çıxış edə bilər:

- tikinti sferasının idarə edilməsinin bütün sisteminin fəaliyyəti və yaradılması üçün əsas kimi;
- sistemli integrativ idarəetmənin istifadə edilməsi aləti kimi.

Marketinq və menecment funksiyasının integrasiyası konyuktur əmələ gətirən amillərin dərinədən öyrənilməsinin həyata keçirilməsinə imkan yaradır və onların cəmində konyuktur üstünlüklərini artırmaq üçün əlavə imkanlar əldə edir. Həmin amillərin təhlilinə əsasən tikinti sferasının uyğunluğu prinsipinin reallaşdırılması imkanı formalaşır.

Bazar uyğunluğunda nəzərə alınan, əsas amillər aşağıdakılardır: rəqiblərin fəaliyyəti, dövlət siyasəti və ictimai təşkilatların fəaliyyəti, tələbin dəyişilməsi, təşkilatların-tədarükçülərin fəaliyyəti.

Tələbin dəyişilməsinə uyğunlaşmaya əlavə rəqabət üstünlüklərinin axtarışının ən aparıcı istiqamətlərindən biri kimi baxmaq olar. Tələbin dəyişilməsi, dövlət strukturunun fəaliyyətindən fərqli olaraq, böyük dərəcədə dəqiqliklə proqnozlaşdırılır. Tələbin dəyişilməsinə uyğunlaşmanın real üsulu tikinti istehsalının diversifikasiyasıdır. Ümumi mənada diversifikasiya – yeni sferalara, bazarlara, sahələrə təsərrüfat fəaliyyətinin yayılmasıdır. İki cür diversifikasiya vardır: iqtisadi və istehsal.

Bir şirkətdə müxtəlif rentabelli məhsulun buraxılışı üçün birləşməyə iqtisadi divertifikasiya deyilir. Tikintidə praktiki olaraq iqtisadi diversifikasiyanı tətbiq etmək mümkün deyil, çünki tikinti şirkətləri obyekt (sifarişə əsasən) fəaliyyətini həyata keçirir və bütün növlü tikinti-quraşdırma işlərinin eyni rentabellik səviyyəsi olur. Ona görə də inşaatçılar üçün ən maraqlı istehsalın diversifikasiyası təşkil edir.

İstehsalın diversifikasiyası əsas istehsal ilə əlaqəsi və ya əlaqəsi olmayan şirkətin fəaliyyət sferasının genişləndirilməsi kimi müəyyən edilir. Tikintidə istehsalın diversifikasiyasının aşağıdakı istiqamətlərini ayırmaq olar: bir istehsal sistemində xüsusi tikintinin və tikinti materialları istehsalının birləşməsi; bir istehsal sistemində tikinti layihələşdirilməsini və xüsusi tikintinin birləşdirilməsi, yəni layihə-tikinti firması tipində müəssisənin yaradılması.

İstehsalın diversifikasiyasının aparılmasının səmərəliliyinə aşağıda göstərilən amillər təsir edir:

- tikinti məhsulunun tələb və təklifi;
- tikinti şirkətinin bazarda mövcud olan podrat işləri arasındakı rəqabət;
- podrat işləri bazarında materiallar və xidmətlərlə doldurulma dərəcəsi.

İstehsalın diversifikasiyası – tikinti şirkətinin maliyyə vəziyyətinin sağlamlaşdırılması və ya möhkəmləndirilməsi üçün potensial imkandır. İşdə tikinti sfersında istehsalın diversifikasiya inkişafı sxem şəklində verilir.

2. Tikinti şirkətinin idarə edilməsi strategiyasının formalaşması, onunla bağlı qərarların hazırlanması və qəbulu modellərinin strukturu və tikintidə innovasiya ideyalarının axtarışı üçün yeni tədbirlər işlənib hazırlanmışdır.

Strategiyanın formalaşması prosesi özünə üç mərhələni daxil edir: şirkətin ümumi strategiyasının formalaşmasını; rəqabət strategiyasının formalaşmasını; şirkətin funksional strategiyasının müəyyən edilməsini. Şirkətin ümumi strategiyası ali rəhbərlik tərəfindən formalaşdırılır.

Müəllifin fikrincə innovasiya – ictimai fəaliyyətin bütün sferalarında istehsal proseslərinin, iqtisadi, hüquqi və sosial münasibətlərin təkmilləşdirilməsinə yönəldilən elmi tədqiqatın və işləmələrin nəticələrinin istifadə edilməsidir.

Innovasiyaların müxtəlifliyi, onların təşkilati formaları və reallaşdırma metodları tikinti sferasında idarəetmə üzrə metodik məsələləri həll etmək üçün yararlı olan ixtisaslaşdırılmış yanaşmaları tələb edir. Yanaşmaların təhlilinə əsasən tikinti sferasında dəyişiklikliyi nəzərə almaqla innovasiyanın təsnifatını verilir.

Ölkəmizdə innovasiya (yeniliklər) üzrə ixtisaslaşan təşkilatların və müəssisələrin dörd nəslini göstərmək olar. Birinci nəsələ layihə təşkilatları, texnoloji institutlar aiddir. İkinci nəsəl- elmi istehsal birlikləri formasında inkişaf etdi. Üçüncü nəsəl sahələr arasında yaradıldı. İndiki innovasiya təşkilatlarını dördüncü nəsələ aid etmək olar. Burada nəslin bütün elementləri öz aralarında rəqabətə girirlər. Onların rolu yenilik bazarının bu günkü şəraitində formalaşır.

Son illərdə innovasiya prosesinin idarə edilməsinin integrasiya sistemi əmələ gəldi və inkişaf etdi. Innovasiya prosesinin bilavasitə özünün idarə edilməsi sistemi öz ideyasına, məzmununa, funksiyasına, prinsiplərinə və metodlarına görə digər sosial-iqtisadi proseslərin idarə edilməsindən fərqlənir. Innovasiya prosesinin səmərəli idarə edilməsi innovasiya mexanizmi vasitəsilə reallaşdırılır. Innovasiya mexanizminin elementləri bunlardır: innovasiya münasibətlərinin təşkilat formaları; innovasiyanın maliyyələşdirilməsi metodları; innovasiyanın idarə edilməsi metodları; innovasiya aktivliyinə təsir adən mənəvi-psixoloji metodlar və s.

3. Tikinti sferasında idarəetmənin integrasiya sistemində tikinti obyektlərinin investisiya ideyasının reallaşdırılması və tikintinin idarə edilməsinin səmərəlilik meyarlarının qiymətləndirilməsinə əsasən optimal alternativin seçilməsi metodologiyası tədqiq olunmuşdur.

İrəvan “Tək- pən” şirkətinin materiallarına əsasən integrasiya sistemində investisiyanın səmərəliliyinin maliyyə və iqtisadi qiymətləndirilməsinə aiddir:

- pronozlaşdırılan istehsal proqramı;
- məhsulun reallaşdırılmasından alınan proqnoz hesablanması;

- proqnozlaşdırılan investisiya və istehsal xərcləri;
- maliyyələşdirmənin dəqiqləşdirilmiş mənbələri və kommersiya rentabelliği;
- hesablamların şərtləri və mexanizmi;
- məhsulun maya dəyərinin proqnozlaşdırılan strukturunun iqtisadi elementləri;
- xalis mənfəətin ilk hesablanması (cədvəl 1);
- müəssisənin tikintisi və istismarı dövründə nağd pulların axınının nəzərdə tutulan hərəkəti (cədvəl 2).

Tikinti şirkətlərinin istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin proqnozlaşdırılmasında aşağıdakı məsələlər həll edilir: ödəmələr verildikdən sonra tikinti şirkətlərinin sərəncamında qalan mənfəətin kəmiyyəti müəyyən edilir; tikinti şirkətinin (Tək-pən) sərəncamında qalan mənfəətin istifadəsi proqnozu işlənir (cədvəl 1).

Cədvəl 1

Xalis mənfəətin ilk hesablanması (min dollar)

Göstəricilər	İllər				
	1	2	3	...	t
1. Məhsulun reallaşdırılmasından alınan ümumi gəlir	-	9960,0	19920,0		
2. Reallaşdırılan məhsulun istehsalına sərf edilən xərclər	-	6886,1	13772,1		
3. Reallaşdırmadan kənar əməliyyatlardan alınan mənfəət (+), itgi (-)	-	-			
4. Balans mənfəəti	-	1413,9	2827,9		
5. Xalis mənfəət	-	989,7	1979,5		
6. Xalis diskontlaşdırılmış mənfəət (diskont norması 15%-dir)	-	922,9	1721,3		
7. Diskontlaşdırılmış rentabellik	-	9,3%	8,6%		

Mənbə: "Tək-pən" şirkətinin materialları əsasında tərtib edilib.

Məhsulun reallaşdırılmasından alınan gəlir şirkətin pul yığımının formalaşmasının ən mühüm amilidir. Onun təyin edilməsində iki metoddan istifadə edilir. Birinci metod ilə gəlirin formalaşması ondan ibarətdir ki, məhsul hissə-hissə reallaşdırıldıqca ödənilir: nağdsız hesablaşmalarda vəsaitlər hesaba daxil olur, nağdlı hesablaşmalarda isə vəsaitlər şirkətin kassasına daxil olurlar. Bu metod şirkət (Tək-pən) üçün sərfəlidir. Çünki bankdakı hesaba və ya şirkətin kassasına faktiki daxil olan vəsaitlər sərf

edilə bilərlər (cədvəl 2).

Cədvəl 2

Müəssisənin tikintisi və istismarı dövründə nağd pul axınlarının nəzərdə tutulan hərəkəti, (min dollar)

İnvestisiya dövrünün mərhələləri	Tikinti	İstehsalın mənimlənməsi			Tam gücündə istismar
İstehsal proqramı	0	55%	75%	90%	100%
A) Nağd pulun daxil olması					
1. Xüsusi resurslar və təsərrüfat daxili ehtiyatlar	7,4	-	2,5	4,2	
2. Cəlb edilən vəsaitlər	29,62	3,3	0,9	-	
3. Məhsulun reallaşdırılmasından alınan gəlir	-				19920,0
B) Nağd pulun çıxması					
1. Kapital qoyuluşu	37,02				
2. Reallaşdırılan məhsulun maya dəyəri	-	7574,6	10329,1	12394,4	13772,1
3. Sair xərclər	-	-	-	-	-

Mənbə: “Tək-pən” şirkətinin materialları əsasında tərtib edilib.

Şirkət (Tək-pən) məhsulun (işin, xidmətin) reallaşdırılmasından alınan gəlir metodunu təsərrüfatçılıq şəraitindən və bağlanmış müqavilələrdən asılı olaraq müstəqil seçir (cədvəl 3).

Cədvəl 3

Müəssisənin, binanın və ya qurğunun tikintisində investisiya ideyasının reallaşdırılmasının səmərəliliyi haqqında ümumiləşdirilmiş məlumatlar

Göstəricilər	Variantlar			
	A	B	V	Q
Sahibkarların marağı nöqteyi-nəzərinə səmərəliliyin göstəri-ciləri:				
- xalis mənfəət (gəlir), min.doll.	11877	18355	5590	30856
- illik rentabellik, %	5	6	12	3,5
- orta illik rentabellik, %	4,2	3	9	3
- ödəmə müddəti, il	6	10	4	12
- müəssisənin yaradılması və istismarı xərclərinin rentabelli-yinin daxili norması, %	36	25	48	30

Mənbə: “Tək-pən” şirkətinin materialları əsasında tərtib edilib.

İkinci metoddan istifadə edəndə məhsulun reallaşdırılmasından alınan gəlir mallar göndərildikcə (iş, xidmətlər yerinə yetirildikcə) və ya alıcıya (sifarişçiyə) hesablama sənədləri verildikdə müəyyən edilir. Bu metodun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, məhsul göndərilən andan müəssisə onun üzərində mülkiyyət hüququnu itirir.

Beləliklə, mənfəət şirkətin təsərrüfat fəaliyyətinin son maliyyə nəticəsidir. Lakin maliyyə nəticəsi təkcə mənfəət yox, zərər də ola bilər. Zərər aydındır ki, istehsalata artıq xərclərin sərf edilməsi, təsərrüfat müqavilələrinin pozulması ilə əlaqədar məhsulun reallaşdırılmasında və s. əmələ gəlir.

Aparılan hesablamalara əsasən investisiya ideyasının reallaşdırılması üzrə qərarların variantlarının hər birinin əsas üstünlükləri və qüsurları göstərilir.

Tehranın bəzi şirkətlərində (Qlobus, SN və s.) tikintinin idarə edilməsinin səmərəlilik meyarlarının qiymətləndirilməsinin əsasını beş ballı şkala təşkil edir. Burada yuxarı bal (5) ən əhəmiyyətli alternativə verilir, aşağı bal (1) isə – aşağı əhəmiyyətliyə.

İdarəetmənin səmərəlilik kateqoriyası meyarları aşağıdakılar hesab edilir:

- dəyərin minimuma endirilməsi;
- tikintinin müddətinin azaldılması;
- tikintinin texnologiyasının yüksəldilməsi.

Axırıncının nisbi əhəmiyyətini nəzərə almaqla verilən meyarların hər biri üzrə alternativin kəmiyyət qiymətləndirilməsinin seçilməsi matrisa adlanır. Cədvəl 4 - də sifarişçinin meyarlarının nisbi əhəmiyyətinin qiymətləndirilməsinin nəticəsi və tikintinin idarə edilməsinin eyni formasının seçilməsi alternativləri veriləndir. Ümumi qiymətləndirmə meyar «ağırlığın» həmin meyar üzrə alternativlərin müvafiq qiymətləndirilməsinə vurma hasilinin toplanması yolu ilə əmələ gəlir. Cədvəlin məlumatlarına ancaq metodoloji aspektdə baxmaq lazımdır, çünki sifarişçi açıq surətdə belə «ağırlıq» funksiyasını azaldır.

Optimal alternativin seçilməsi haqqında qərarın qəbul edilməsi üçün əsas sayılan, oxşar matrisa qurulubdur və cədvəl 5 - də göstərilir.

4. Marketing-menecment konsepsiyasına əsaslanan təşkilati-texnoloji tikinti sisteminin (TTTS) marketing tədqiqatının aparılmasının təhlili metodikası təklif edilir.

Son illərdə ölkəmizdə sistemlərin, konsepsiyaların, tikinti sferası iştirakçılarının təsərrüfat fəaliyyətinin idarə edilməsi metodları və

prinsiplərinin yeni şəraitə uyğunluğunun təmin edilməsi məsələləri meydana çıxır. Apardığımız təhlilin (tədqiqatın) ideologiyasını təşkil edən, marketing-menecment konsepsiyasının müddəalarına əsasən, belə idarəetmənin əsas əlaməti marketingin tətbiq edilməsi olmalıdır, səmərəliliyi axırıncı illərin nəzəri əsaslandırılmasında və praktiki tətbiqində göstəriləndir.

Bazar münasibətlərinin inkişafı şəraitində ərazinin, müəssisələrin, şirkətlərin müstəqilliyi ilə əlaqədar istismar prosesində, təşkilati-texnoloji tikinti sistemi (TTTS) əmtəə olur və istehlakçılar tərəfindən əldə edilir və ödənilir. Ona görə də yeni təsərrüfatçılıq şəraitində marketing tədqiqatının təşkili və TTTS-nin marketingi tikinti istehsalının inkişafının obyektiv zəruriliyi və mühüm şərti olur.

Cədvəl 4

Tikintinin idarə edilməsinin alternativ formasının matrisa əhəmiyyəti

Meyarlar	Çəki (ağırlıq) funksiyası	Alternativlər		
		I	II	III
Dəyərin aşağı salınması	5	2	4	3
Tikinti müddətinin aşağı salınması	4	4	5	1
Keyfiyyətin yüksəldilməsi	3	4	1	3
Müasir tələblərə cavab verən səmərəli obyektlərin tikintisi	4	4	3	3
Sifarişçinin risk dərəcəsinin azaldılması	4	1	3	5
Qabaqcıl texnologiya	3	5	1	3
Layihənin yerinə yetirilməsi gedişində yoxlamanın təmin edilməsi	2	5	1	3
Məşğulluğun təmin edilməsi	4	5	3	3
İqtisadi bölüşdürülmə	3	5	1	4
Ölkə hüququnda resursların saxlanması	1	5	2	4
Tikintinin başlanmasından əvvəl layihənin son dəyərinin öyrənilməsi	3	1	5	4
Ətraf mühitin mühafizəsi	1	5	3	4
Bir təşkilatda məsuliyyətin təmərküzləşdirilməsi	2	1	5	4
Alternativlərin qiymətləndirilməsi	ümumi	133	113	131

Mənbə: "Tək-pən" şirkətinin materialları əsasında tərtib edilib.

Marketing konsepsiyasının başlıca aspekti-istehlakçıların tələbinə yönəlməkdir. TTTS-nin istifadə edilməsilə tikintinin təşkili üçün real tikinti istehsalının yeni metodlarının köməkliyi ilə bazarı mənimsəmək və yeni məhsulun “öz” istehlakçısını tapmaqdır, buna isə sözsüz olaraq təşkilati-texnoloji tikinti sistemi aiddir.

Belə şəraitdə idarəetmənin təşkili zəruridir və tikinti istehsalının əsasını bazarın tələbləri, istehlakçıların cari və potensial tələbləri təşkil etməlidirlər. Bazarın öyrənilməsi marketing tədqiqatının köməkliyi ilə təhlil edilməlidir. Marketing tədqiqatının aparılması təhlilinin məqsədi istehlakçıları bazar, tələbin strukturu və dinamikası, arzuları haqqında informasiyalarla təmin etməkdir. Bazarın tələblərinə uyğun belə TTTS-nin bazar sisteminin yaradılması, rəqibin istehsal aparatından yaxşıdır və tikinti şirkətlərinin tələblərini təmin edir. Marketing tədqiqatının vəzifələri ondan ibarətdir ki, dəyişilən şəraitə tikinti istehsalını uyğunlaşdırmaq üçün şərait yaratmaq, TTTS (məhsulun) rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi üzrə təşkilati-texnoloji tədbirlər sistemini təkmilləşdirmək və onun reallaşdırılmasını (satışını) intensivləşdirməkdir, bu da obyektin istifadəyə verilməsi işlərinin ən keyfiyyətli və tez yerinə yetirilməsini təmin edir.

Cədvəl 5

Tikintinin idarə edilməsinin baxılan formalarından optimal alternativin seçilməsi haqqında qərarın qəbul edilməsi matrisası

Qiymətləndirmə	Çəki (ağırlıq) funksiyası	Alternativlər		
		I	II	III
Sifarişçinin məqsədi	5	133	113	131
Sifarişçinin xarakteristikası	4	63	95	83
Layihə xidmətləri	3	188	115	79
Layihənin meyarları	5	90	81	86

Mənbə: “Tək-pən” şirkətinin materialları əsasında tərtib edilib.

Təhlilin aparılması metodikası belədir:

- TTTS-nin istehlak xüsusiyyətlərinin variantlarının formalaşması;
- istehsal sistemlərinin istehlak xüsusiyyətlərinin təhlili;
- yeni perspektivli TTTS-nin layihə variantlarının qiymətləndirilməsi;
- bazarın modelləşdirilməsi və proqnozun tərtib edilməsi.

TTTS-nin konyuktur dəyəri onun istifadə edilməsi gücündən və xərclərin vəziyyətindən çox dərəcədə asılıdır. TTTS-nin gücünün istifadə

olunması əmsalı tikinti istehsalının təşkilati-texnoloji səviyyəsindən, tikinti istehsalının hazırlanmasına ayrılan vaxtdan və obyektlərin mürəkkəblilik dərəcəsiindən asılıdır.

TTTS-nin konyuktur dəyərinin müəyyən edilməsi üçün ilk informasiya optimal informasiya kapitalın ölçüsüdür. Onun kəmiyyəti istehsal aparatının səmərəli komplektləşdirilməsindən, TTTS-nin dəyərliliyindən və s. asılıdır.

Bütün binaları və qurğuları, habelə maşın parkını qiymətləndirmək lazımdır ki, həmin TTTS üçün tikinti məhsulunu buraxmaq mümkün olsun, bununla əlaqədar olaraq artıq və istifadə olunmayan avadanlıqlar satılmalıdır.

5. Tikinti sferasının idarə edilməsinin integrasiya sisteminin iqtisadi mexanizmində obyektlərin tikintisinin dəyərinin formalaşması İranın və xarici ölkələrin praktikasına uyğun xarakterizə edilir.

Tikinti sferasında qiymət siyasətinin əsas istiqamətləri tikintinin (yenidən qurmanın, genişlənmənin və texniki yenidən silahlanmanın) obyektiv dəyərinin müəyyən edilməsidir, o cümlədən tikinti məhsulunun azad (müqavilə) qiymətləri. Tikintidə dəyər İranın ümumi iqtisadi və vahid qiymət siyasətinə investisiya bazarında tələb və təklifi əks edən, qiymət nisbətinə uyğun müəyyən edilibdir.

Ümumi iqtisadi və vahid qiymət siyasətinə uyğun olaraq tikintidə qiymət əmələgəlmə sisteminin formalaşması mexanizmi aşağıdakı əlamətlərlə xarakterizə edilir:

- əsaslı tikintidə istifadə edilən bütün istehsal-texniki əhəmiyyətli məhsula və xidmətlərə əsasən azad (bazar) tarif qiymətlərinin tətbiqi;
- tikinti məhsulunun azad (müqavilə) qiymətlərinin istifadəsi imkanları;
- tikinti məhsulu üçün müqavilə qiymətlərinin formalaşmasının investisiya prosesi iştirakçılarına bərabər hüquqların verilməsi;
- müqavilə qiymətlərinin formalaşmasında prioritet metodu kimi podrat torqların istifadəsi;
- tikintidə qiymətəmələgəlmə sisteminin ümumi əsaslarının tövsiyə xarakterli mövcudluğu.

Xarici alimlər tikintinin dəyərini tikinti obyektlərinin yaradılmasına xərclərin pul formasında ifadə olunmasını şərh edirlər. Ona görə də tikintinin dəyəri kateqoriyası onun baxılması aspektindən asılı olaraq müxtəlif məzmunlu olur, məsələn, sifarişçi (investor) və ya şirkət (firma) səviyyəsində layihə və tikinti işlərinin yerinə yetirilməsi.

Qərb praktikasında smeta (hesablama) və faktiki dəyəri fərqləndirirlər. Smeta dəyəri kapital qoyuluşunun hazırlanması mərhələsində müəyyən edilir, faktiki-tikinti obyektlərinin tikintisi və reallaşdırılması gedişində.

Tədqiqat işində İranda və xaricə ölkələrdə layihələndirmənin müxtəlif mərhələlərində obyektlərin tikintisinin dəyərinin müəyyən edilməsi qaydaları (ümumiləşdirilmiş növdə) xarakterizə edilir.

Bəzi ölkələrdə qəbul edilən podrat münasibətləri sisteminin birmərhələli kalkulyasiyasına və inkişafına uyğun tikinti tsiklinin (obyektinin istismara verilməsi) qapanan mərhələsində tikintinin dəyəri (T_d) üç əsas dəyişəndən asılıdır:

- “forlayihənin” və son layihənin mərhələlərində hesablanan bazis smeta qiymətlərindən (B_s);
- smeta qiymətinə əsasən (torq üçün podrat təşkilatların verdikləri ərizələr) hesablanan, bazis qiymətinə verilən güzəşt və ya əlavələrdən (∂);
- tikintinin həyata keçirilməsi prosesində məhsulun qiymətlərinin dəyişilməsi indeksindən (I).

Ayrıca mərhələlərin yerinə yetirilməsində və ya tikinti-quraşdırma işlərinin tamamlanmasında tikintinin dəyərinin müəyyən edilməsinin ümumi düsturu:

$$T_d = \sum_{i=1}^n < B_s \cdot \partial \cdot I$$

$B_s \cdot \partial$ - sazişlərin bağlanması müəyyən edilmiş smetadır (ilk smeta dəyəri).

Ümumi növdə bütün obyekt üzrə tikintinin smeta dəyərinin müəyyən edilməsi düsturu belə olur:

$$T = \sum_{i=1}^n V_q \cdot I_h$$

Burada V_q – binanın hissələri, işlərin növləri, habelə bütün obyekt üzrə vahid qiymət;

I_h – binanın və qurğuların hissələri, konstruksiya elementləri, işlərin növləri, habelə bütün obyekt üzrə (natural ölçüdə) işlərin həcmi.

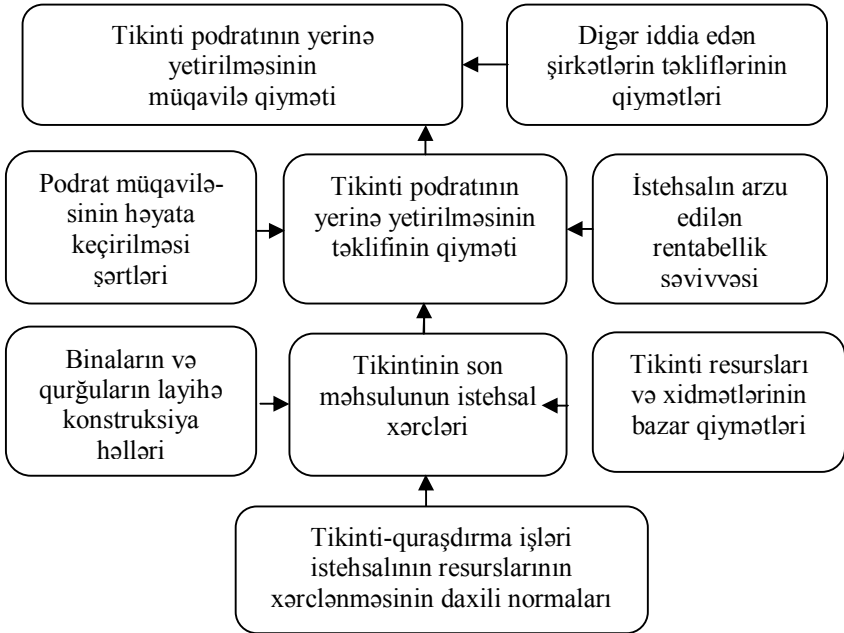
Düstura daxil olanlar, müəyyən asılılıqda olurlar və məhdud sayda iriləşdirilmiş göstəricilərin və struktur qrupların köməkliliyi ilə tikinti işlərinin dəyərini müəyyən etməyə imkan verirlər. Buna əsasən smeta metodologiyasının istiqamətləri inkişaf edir – aqregirlmə (birləşdirmə) parametrləri üzrə tikintinin dəyərinin hesablanması.

6. Tikinti sferasında marketing-menecmentin idarə edilməsinin iqtisadi metodları sistemində tikinti podratının yerinə yetirilməsinin müqavilə qiymətinin formalaşmasının iqtisadi mexanizmi verilir.

Podrat müqaviləsinin yerinə yetirilməsi qiymətlərinin formalaşması mexanizminin sxemi ümumi növdə sxem 1- də təklif edilir.

Sxem 1

Tikinti podratının yerinə yetirilməsinin müqavilə qiyməti və təkliflərinin qiymətlərinin formalaşmasının iqtisadi mexanizmi



Tikinti podratının qiymətinin tərkibində olan podratçının xalis mənfəətini bazar iqtisadiyyatı fəaliyyəti prinsiplərinə uyğun müəyyən etmək təklif olunur.

$$K=1+V_{\phi} + V_d : H_{il} \cdot R : 100$$

Burada alınan mənfəət norması bilavasitə istehsalın bütün xərclərini və ödənilən məbləğini K – əmsalına vurmaqla aşağıdakı düsturla hesablamaq olar. Burada V_{ϕ} və V_d – müvafiq olaraq tikinti şirkətinin əsas və dövrüyyə vəsaitlərinin dəyəri;

H_{il} – keçmiş ildə yerinə yetirilən tikinti-quraşdırma işlərinin illik həcmi, min dollar;

R – kapitalın tələb olunan rentabellik norması.

Nəticədə tikinti podratının yerinə yetirilməsi üçün tikinti şirkətinin təklifin əlverişli qiymətini, tikinti istehsalının tələb olunan rentabellik səviyyəsini təmin edə bilər.

Sonra ABŞ-ın və Almaniyının tikinti praktikasında sifarişçi və podratçı arasında müqavilə qiymətlərinin formalaşması mexanizmi verilir.

Tədqiqat işinin əsas məzmunu aşağıdakı elmi əsərlərdə öz əksini tapmışdır:

1. Təşkilati-texnoloji tikinti sisteminin marketing tədqiqatının aparılmasının təhlili // AMEA-nın Xəbərləri, İqtisadiyyat seriyası №4, Bakı, 2008, s.253-257

2. İnvestisiya marketingi və onun mühüm prinsipləri // Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunun Elmi Əsərləri, № 1, Bakı, 2009, s.44-47

3. Tikinti layihələrinin ekspertizası üçün xarici ölkələrin təcrübəsi. Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunun Elmi Əsərləri, № 2, Bakı, 2009, s.185-188

4. Tikinti obyektlərinin investisiya ideyasının formalaşmasının və layihənin idarə edilməsinin təhlili // AMEA İqtisadiyyat İnstitutu Elmi Əsərlər, № 1, Bakı, 2009, s.290-294

5. Tikinti sferasında marketing-menejment sisteminin monitoring funksiyası və informasiya təminatı / “Fövqəladə hallar və ətraf mühit” mövzusunda elmi-praktiki konfrans, Bakı, 2009, s.18-19

6. Tikinti sferasında marketing-menejment sisteminin inteqrasiyasının formalaşmasının nəzəri əsasları // Tədbir fərda, Mədəni, sosial, iqtisadi, informasiya aylıq jurnal. İran, 2009, s. 46-47

7. Tikinti sferasında marketing-menejmentin strategiyası // Tədbir fərda, mədəni, sosial, iqtisadi, informasiya aylıq jurnal. İran, 2009, s.86-87

8. Tikinti şirkətinin innovasiya siyasəti və innovasiya prosesinin idarə edilməsi // Uluslararası Bilimsel Hakemli Mevsimli Dergi. Türkiyə, 2010, s.35-36

9. İnkişaf etmiş ölkələrdə tikintinin idarə edilməsində qiymətqoyma mexanizmi // AMEA İqtisadiyyat İnstitutu Elmi Əsərlər, № 4, Bakı, 2010, s. 322-326

10. Tikintidə marketing-menejmentin reallaşdırılmasında

informasiya sisteminin rolu / Tələbə və magistrantların XXXIII elmi konfransının materialları, II hissə, Bakı, 2011, s.133-134

11. Tikinti investisiya layihələrinin marketing təminatında xarici ölkələrin məsləhət firmalarının təcrübəsinin təhlili // Uluslararası Bilimsel Hakemli Mevsimili Dergi. Türkiyə, 2012, s.141-145

12. Xarici təcrübədə tikinti sferasında müqavilə qiymətlərinin xüsusiyyətləri / “Azərbaycanda yüksək texnologiyaların texniki-iqtisadi problemləri” mövzusunda elmi-praktiki konfrans. Azərbaycan Texniki Universiteti, Bakı, 2013, s.272-273

13. Tikinti sahəsinin idarəetmə sistemində iqtisadi və təşkilati əlaqələr / “Milli sənayenin və istehsalın əsas problemləri” mövzusunda ikinci milli konfrans, Azad İslam Universiteti Təbriz Filialı, İran, 2014, s.184-185

14. Actual management of profit, value, and cost of capital of the company. Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences, 2014 Vol. 4 (S4), p. 880-891

15. Economic and organizational relations in management system of construction field units. Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences, 2014 Vol. 4 (S4), p. 819-827

16. Tikinti sferasında innovasiyaların təsnifatı və mütərəqqi formaları // Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili İnstitutunun Elmi Əsərləri, №1, Bakı, 2015, s.87-91

17. Tikinti şirkətlərində innovasiya strategiyasının formalaşması istiqamətləri. İpək yolu jurnalı №1, Bakı, 2015, s.17-20

18. The Effect of Corporate Social Responsibility on Relation Qualition with Customers // European Online Jurnal of Natural and Social Sciences . Vol. 4, № 1(s) 2015. Ceska Respublika, p.559-566

Интеграционная система управления строительной сферой

Р Е З Ю М Е

Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов и списка использованной литературы.

Во введении обосновывается актуальность темы, определены цели, задачи, объект и предмет исследования, научная новизна и практическая значимость диссертации.

В первой главе диссертации рассмотрены теоретические и методические основы интеграционной системы управления строительной сферы.

В второй главе диссертации дан анализ интеграционной системы управления строительной системой.

В третьей главе рассмотрены основные направления разработки механизмов интеграционной системы управления строительной сферой.

Научная новизна и теоретическая значимость исследования состоит в следующем: теоретически и методологически обоснована интеграционная система управления строительной сферой, приведена инновационная политика строительной компании и особенности инновационного подхода к управлению; показан мониторинг предпринимательской среды строительной сферы; осуществлен анализ менеджмента строительства объектов и маркетинговое исследование строительной системы; рассмотрены формирование ценообразования и оценка в экономическом механизме управления строительством; дано формирование механизма договорной цены выполнения строительного подряда в системе экономического метода строительства и т.д.

В заключении обобщены результаты проведенного исследования и сформулированы конкретные выводы.

Integrated Construction Management System

R E S U M E

The thesis consists of an introduction, three chapters, conclusion and bibliography.

In the introduction is indicated the relevance of the theme and the objectives, tasks, object and subject of the research, scientific novelty and practical significance of the thesis are defined.

In the first chapter of the thesis is reviewed the theoretical and methodical basics of the integrated construction management system.

In the second chapter of the thesis is analyzed the integrated construction management system.

In the third chapter of the thesis are reviewed the main directions of the development of mechanisms of integrated construction management system.

Scientific novelty and theoretical significance of the research is as follows: integrated construction management system is theoretically and methodologically grounded, innovation policy of the construction company and features of an innovative approach to management are indicated; monitoring of the business environment of the construction sector is shown; the analysis of construction management and market research of construction system are carried out; formation of pricing and valuation in the economic mechanism of construction management are considered; formation mechanism of contractual price of construction contracts in the economic construction method is given, etc.

In conclusion were generalized the results of the research and the specific conclusions were formulated.

Format 60x84 1/16
AMEA-nın mətbəəsində çap olunub.
Sayı: 100 nüsxə.