

MENECMENTİN MİLLİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Ş.T.Quliyeva

i.e.d., prof., UNEC

shafa.guliyevaa@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur 14 fevral 2019; Çapa qəbul edilmişdir 11 mart

2019; online-da çap edilmişdir 27 mart 2019

Received 14 February 2019; accepted 11 March 2019; published online 27 March 2019

Xülasə

Tədqiqatın əsas məqsədi menecmentin milli xüsusiyyətlərinin ABŞ, Yaponiya və Qərbi Avropa ölkələri təcrübəsi əsasında müəyyənləşdirməkdən ibarətdir. Tədqiqat işi sistemli elmi təhlil və məntiqi ümumiləşdirmə əsasında yerinə yetirilmişdir. Tədqiqatın nəticəsində dünyanın müxtəlif aparıcı ölkələrinin menecmentinin milli xüsusiyyətləri təhlil edilmiş, bu xüsusiyyətlərin milli xarakterlərdən birbaşa asılılığı əsaslandırılmış, menecmentin milli modellərinin formalaşmasına hər bir ölkənin tarixi inkişafı, mədəniyyəti və milli psixologiyasının xarakterik cəhətlərinin təsiri araşdırılmış, ABŞ, Yaponiya və Qərbi Avropa ölkələrinin menecmenti modellərinin spesifik xüsusiyyətləri müqayisəli təhlil əsasında əlaqələndirilmişdir. Tədqiqatın məhdudiyyətləri: aparıcı dünya ölkələrinin menecmenti modellərinin xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi daha geniş praktiki informasiya tələb edir. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti: müasir dövrdə Azərbaycan milli menecmentinin formalaşmasında konkret şərait və situasiyadan asılı olaraq, dünya menecmentinin uyğun modellərindən idarəetmə praktikasında məqsədyönlü şəkildə istifadə edilə bilər. Tədqiqatın elmi yeniliyi: menecmentin milli dəyərləri, milli psixologiyası, mentaliteti özündə əks etdirən xüsusiyyətləri aparıcı dünya ölkələri təcrübəsi əsasında əlaqəli şəkildə kompleks araşdırılaraq sistemləşdirilmişdir.

Açar sözlər: menecmentin milli xüsusiyyətləri, menecmentin milli modeli, milli mentalitet, milli psixologiya, milli dəyərlər.

Jel classification: M1

NATIONAL FEATURES OF MANAGEMENT

Ş. T. Guliyeva

Dr., prof., UNEC

Abstract

The research aims at determining the national features of the management through the best practices of the USA, Japan and Western European countries. The research

work has been carried out based on systematic scientific analysis and logical generalization. Through the research, national features of the management of the various leading countries of the world have been analyzed, direct dependence of these features on national characters has been justified, and the role of historical development, culture and characteristic features of national psychology of every country in formation of national models of the management has been investigated, specific features of the management models of the USA, Japan and Western European countries have been coordinated based on comparative analysis. Research limitations: study of the characteristic features of the management models of the leading countries of the world requires more extensive practical information. The practical importance of the research: the relevant models of the world management can be used purposefully in formation of Azerbaijan national management, i.e. in the management practice in the modern era, depending on specific conditions and situations. Scientific innovation of the research: features of the management reflecting the national values, national psychology and mentality have been complexly investigated and systematized in a coordinated manner based on the best practices of the leading world countries.

Keywords: national features of the management, national model of the management, national mentality, national psychology, national values.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА

Ш. Т. Гулиева

д.э.н., проф., UNEC

Резюме

Основной целью исследования является определение национальных особенностей менеджмента на основе опыта США, Японии и стран Западной Европы. Исследовательская работа была выполнена на основании научного анализа и логического обобщения. В ходе исследования были проанализированы национальные особенности менеджмента различных, ведущих стран мира, обоснована прямая зависимость этих особенностей от национальных черт, исследовано влияние на формирование национальных моделей менеджмента характерных черт исторического развития, культуры и национальной психологии каждой страны, на основе сравнительного анализа были скоординированы специфические черты моделей менеджмента США, Японии и стран Западной Европы. Ограничения исследования: изучение особенностей моделей менеджмента ведущих мировых стран требует более широкой практической информации. Практическое значение исследования: в современный период, в зависи-

мости от конкретных условий и ситуаций, в формировании азербайджанского национального менеджмента в практике управления целенаправленно могут быть использованы соответствующие модели мирового менеджмента. Научная новизна исследования: на основе опыта ведущих стран мира черты менеджмента, отражающие национальные ценности, национальную психологию, менталитет, были исследованы в комплексной форме и систематизированы.

Ключевые слова: национальные особенности менеджмента, национальная модель менеджмента, национальный менталитет, национальная психология, национальные ценности.

İstənilən ölkənin menecmenti onun tarixi inkişafı, mədəniyyəti və ictimai psixologiyasını özündə əks etdirir. Menecment modellərinin müxtəlifliyinin əsas kökləri milli xarakterlərlə əlaqədardır. Bu milli xarakterlər isə öz növbəsində coğrafi, tarixi, sosial, mədəni və digər amillərin müxtəlifliyi ilə şərtlənir. Tarix boyu bütün ölkələr idarəetmə nəzəriyyəsi və praktikasını sahəsində kifayət qədər məlumatlar toplamışlar. Qeyd edək ki, menecmentin bütün dövrlər və ölkələr üçün eyni dərəcədə yararlı ola biləcək ümumi mütləq nəzəriyyəsi mövcud deyil, lakin müəyyən milli dəyərləri, milli psixologiyaları, mentaliteti özündə əks etdirən bir sıra müəyyən xüsusiyyətləri vardır. Mövcud qloballaşma şəraitində hər bir beynəlxalq təşkilat rəqabət qabiliyyətliliyini təmin etmək üçün menecmentin ayrı-ayrı ölkələrə xas olan milli xüsusiyyətlərinin öz fəaliyyətində mütləq nəzərə alınmalıdır.

Hər bir ölkədə menecmentin milli modelləri özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir. Menecmentin modellərinin formalaşmasının dünya təcrübəsi sübut edir ki, idarəetmə modellərinin bir sosial-mədəni mühitdən digərinə mexaniki köçürülməsi praktiki olaraq qeyri-mümkündür. Bu zaman hər bir ölkəyə xas olan milli xüsusiyyətlər mütləq surətdə menecmentin milli modellərinin formalaşmasına birbaşa təsir edir.

Müasir dövrdə dünya miqyasında kəskin rəqabət mübarizəsində yalnız effektiv təşkilatlar mövcudluq hüququ əldə edə bilirlər. Müasir şəraitdə ABŞ, Yaponiya və Qərbi Avropanın bir çox ölkələrinin idarəetmə modellərində insan amili diqqət mərkəzində dayanır. Bu ölkələrdə insan amili “kadrların idarə edilməsinin strateji konsepsiyası” anlayışı ilə əlaqələndirilir. Kadrların idarə edilməsinin strateji konsepsiyası aşağıdakı 2 aspekti nəzərdə tutur:

- 1) təşkilatın əsas məqsədlərinə uyğun olaraq heyətin psixoloji imkanlarından istifadə;
- 2) işçilərin motivasiya sferasının təşkilatın mənafehləri ilə inteqrasiyası [1].

Piter Druker menecmentin milli xüsusiyyətlərinin vacibliyini nəzərə almaqla müasir menecmentin əsas prinsiplərini formalaşdırmışdır. O, qeyd etmişdir ki, menecmentin məzmununu müxtəlif ölkələrdə, bütövlükdə analoji olsa da, metodları müxtəlifdir. Milli

menecment mütləq surətdə hər bir ölkənin ənənələrini, mədəniyyətini və tarixi inkişafını nəzərə almalıdır. Menecmentin əsas vəzifəsi insanların vahid bir sosial-texniki sistemdə effektiv inteqrasiyası olduğundan menecmenti cəmiyyətin mədəniyyətindən ayırmaq qeyri-mümkündür. Menecerlərin müxtəlif ölkələrdəki fəaliyyəti eyni olsa da, bu fəaliyyətin yerinə yetirilmə üsul və vasitələri məkana görə müxtəlifdir. Məhz bu səbəbdən də idarəetmənin müasir şəraitdə ən vacib problemlərindən biri menecmentin milli xüsusiyyətlərinin və eləcə də mentalitetin nəzərə alınması hesab edilir.

Milli mentalitetin öyrənilməsi menecerə heyəti daha səmərəli idarə etməyə, tətəfdaşlarla daha səmərəli kommunikasiya əlaqələri qurmağa və lüzumsuz şəxslərarası münaqişələrdən yan keçməyə imkan verir. Mentalitet fransız mənşəli söz olaraq, tarixi inkişaf prosesində formalaşır. Hər bir ölkənin mentaliteti minilliklər ərzində toplaşmış adət-ənənələri, mədəniyyəti özündə əks etdirir. Mentalitetin formalaşmasında zaman və məkan amilləri, dünyagörüşü, əqidə, toplanmış təcrübələr və s. də mühüm rol oynayır. Sadalanan amillər konkret regionda yaşayan insanların xarakterinə də birbaşa təsir göstərmiş olur. Məsələn, amerikalılar həddən artıq rasionallıqla yanaşı, mövcud stereotip və ənənələrdən imtina etməyə meyillidirlər. Əlbəttə ki, ABŞ-in bir emiqrantlar ölkəsi olmasının bu rasionallığın formalaşmasında müstəsna rol oynamışdır. ABŞ mentaliteti daha çox dünyanın müxtəlif yerlərindən yalnız pul qazanmaq məqsədilə yığılmış insanların məcmu dəyərləri, əqidəsi və dünyagörüşünün inteqrasiyası kimi çıxış edir. ABŞ mənəvi dəyərlərin tapdandığı və maddi dəyərlərin üstünlük təşkil etdiyi bir ölkə hesab edilir. Amerikalıların mövcud stereotip və ənənələrdən imtina etmək meyili də məhz onların görünən maddi amillərə istiqamətlənmələri ilə əlaqədardır. Ümumiyyətlə amerikalıların mentalitetinin əsas xüsusiyyətlərindən biri keçmişin onlar üçün heç bir əhəmiyyət daşıramamasıdır. Bildiyimiz kimi stereotiplər və ənənələr məhz keçmiş təcrübələrdən qazanılaraq və uzun illər ərzində sınaqdan keçib təsdiqlənərək formalaşır. Keçmişlə bağlılıq olmadığı halda, stereotiplər və ənənələr bir o qədər əhəmiyyət kəsb etmir. Amerikalılar hissləri ilə deyil, daha çox şüurla yaşayan insanlardır və bu üzəndən ifrat rasionaldırlar. Onlar təşkilatın işini dəfələrlə dəqiqliklə işləyib hazırlayır, icraçıların funksiyalarını müəyyən edərkən bütün öhdəliklərin icrasını xırdalığına qədər yoxlayırlar. Amerikalılar daha çox beynin sol “analitik” hissəsindən istifadəyə üstünlük verir. H.Minsberq öz əsərlərində qeyd etmişdir ki, uğurlu rəhbərlər beynin sağ (intuisiya ilə əlaqədar) hissəsindən daha çox istifadə etməlidirlər. Onun qeyd etdiyi kimi, yaradıcı strategiya daha çox sağ yarımkürəli təfəkkür tələb edir [2].

İngilislər ünsiyyətdə həmsöhbətlərinin əqidə və dünyagörüşlərinə uyğun davranır, peşəkarlığı qiymətləndirir və ixtisaslarını daim artırmağa meyil edirlər. İngilislər uzunmüddətli layihələrdə bir qayda olaraq passivdirlər və qısa bir müddətdə gəlir əldə

etməyə daha israrlıdırlar. Onlar iş gününü məhdud zaman çərçivəsinə salmağı məqbul saymırlar.

Almanlar isə öz iş vaxtlarını ciddi planlayır və bir qayda olaraq şəxsi vaxtı işçi funksiyalarının yerinə yetirilməsinə sərf etmirlər. Onlar çox dəqiq və səliqəlidirlər, ünsiyyətdə tədbirlidirlər, titulları sevir, sentimentaldırlar. Almanlar təhsilə xüsusi önəm verirlər. Fransızlar işgüzar ünsiyyətdə xarici dildən istifadəyə mütləq surətdə yol verməməyə çalışır, peşəkar fəaliyyətdə müəyyən şəxslərarası münasibət və tanışlıqlara böyük əhəmiyyət verirlər.

Müxtəlif xaqların mentalitetlərinin bu sadalanan xüsusiyyətləri uyğun olaraq həmin ölkələrin menecmentinin milli modellərində də öz əksini tapmışdır. Məsələn, yaponlar fəaliyyəti vasitəçilərin köməyi ilə həyata keçirməyə daha çox üstünlük verirlər. Onlar özlərinə uyğun insanlarla ünsiyyətə girməyə üstünlük verirlər və həddən artıq punktualdırlar. Yapon menecmenti üçün kollektiv qərar qəbulu xarakterikdir. Yapon mentaliteti üçün qarşılıqlı kömək, zəhmətkeşlik, mədənilik, istənilən işdə mükəmməlliyə cəhd xarakterikdir. Çinlilər də həmçinin qərar qəbulunda maksimum kollegiallığa yönümlüdürlər, ünsiyyətdə isə həmişə diqqətçil və mədənidirlər. Bütövlükdə menecmentin yapon və çin modeli müəyyən oxşar xüsusiyyətlərə malikdir. Menecmentin yapon və çin modelinin ümumi cəhətləri onların hər ikisinin ənənəvi cəmiyyət əsasında meydana gəlməsi və bu cəmiyyətin dəyərlərinə yönümlü olmasıdır. Bu modellərin əsasını təşkil edən ənənəvi cəmiyyətin dəyərləri aşağıdakılardan ibarətdir: iyerarxiya, dövlət kollektivizmi, əməksevərlik, əməkdaşlıq, təkmilləşməyə (mükəmməlliyə) cəhd.

Bundan başqa, menecmentin milli modelləri dünya miqyasında hər bir ölkəyə xas olan milli xüsusiyyətlərlə şərtlənir.

Menecmentin ABŞ modeli

Menecmentin Amerika modeli ABŞ-a Qərbi ölkələri arasında liderlik mövqeyi qazandırmışdır. Menecmentin müasir ABŞ modeli xüsusi sahibkarlığın təşkilati-hüquq formasına malik olan korporasiya yönümlüdür ki, onun da meydana gəlməsi təxminən XIX əsrin əvvəllərinə təsadüf edir. ABŞ-da XIX əsrin axırlarından başlayaraq idarəetmə sistemi ingilis təcrübəsinin demək olar ki, tam təkrarlanmasına əsaslandı. Müasir dövrdə də bu idarəetmə sistemi nəzəriyyə və qabıqcıl ingilis təcrübəsinin sintezi kimi formalaşmışdır.

ABŞ-da inkişaf konsepsiyasının transformasiyası iki mərhələdən keçmişdir:

- I mərhələ (1896-1905-ci illər);

Bu mərhələ idarəetmənin xüsusi mülkiyyətdən ayrılması və xüsusi bir fəaliyyət növü kimi formalaşması ilə əlaqədardır.

- II mərhələ (1920-ci illər).

P.Dyupon tərəfindən General Motors şirkətinin yaradılması və modernləşdirilməsi həyata keçirilmişdir. Bunun ABŞ-da və Qərbi Avropa ölkələrində bu gün mövcud olan menecment modelinin formalaşmasına əhəmiyyətli təsiri olmuşdur. Şəxsiyyətə yönümlü olan bu modelin xarakteristik xüsusiyyətləri aşağıdakılardan ibarətdir: idarəetmənin formal təşkili, funksiyaların dəqiq bölgüsü, fərdi nəticələr üzrə fərdi məsuliyyət və maddi stimullaşdırma, kadrların biznes məktəblərində xüsusi proqramlar üzrə ixtisasının artırılması, konkret sahənin müvəffəqiyyət qazanmasında maraqlı olması, fərdi qərar qəbulu və formal fərdi nəzarət, bağlanmış müqavilələrə ciddi riayət edilməsi, münaqişələrin danışıqlar yolu ilə hüquqşünaslar və məhkəmələrin köməyi ilə həll edilməsi.

Amerika menecmenti əsasən F.Teylorun yaradıcısı olduğu elmi idarəetmə məktəbinin müddəalarına əsaslanır. Eyni zamanda Amerika menecmenti A.Fayolun banisi olduğu klassik məktəbin əsas fikirlərini də özündə əks etdirir. Bu məktəblər ABŞ idarəetmə nəzəriyyəsində bir çox istiqamətlərin formalaşmasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir. Menecmentin Amerika modelinin formalaşmasında idarəetmənin H.Ford prinsiplərinin müstəsna rolu olmuşdur. Ford prinsipləri ABŞ-ın ictimai həyatına əhəmiyyətli dərəcədə təsir etmişdir. Ford idarəetmə fəaliyyətində bəzən ümumi qəbul edilmiş qaydaların əksinə də gedirdi. Məsələn, avtomobillərə tələb artan zaman qiyməti aşağı salırdı. Ford hesab edirdi ki, insanların alıcılıq qabiliyyətini əməkhaqqının yüksəldilməsi və satış qiymətlərinin aşağı salınması hesabına yüksəltmək zəruridir. Böyük Depressiya zamanı digər sahibkarlar əməkhaqqını 2-3 dəfə aşağı saldıqda, Ford nəinki əməkhaqqını 2 dəfə artırdı, həm də onsaatlıq iş gününü səkkizsaatlıq iş günü ilə əvəz etdi. Ford hesab edirdi ki, işçinin öz üzərinə heç bir məsuliyyəti götürməyərək tabeçilikdə olmağa ehtiyacı var. Bu səbəbdən də o, eyni sadə hərəkətlərin monoton yerinə yetirilməsini daha məqsəduyğun hesab edirdi. Lakin ifrat monotonluq da bəzən insanlarda əsəb gərginliyinə səbəb olurdu.

Qeyd edək ki, menecmentin müasir ABŞ modelinə görə təşkilatın müvəffəqiyyəti hər şeydən əvvəl daha çox daxili amillərdən asılıdır. Bu səbəbdən də istehsalın rasionallıq təşkilinə, əmək məhsuldarlığının daim yüksəldilməsinə, resurslardan səmərəli istifadəyə xüsusi önəm verilir. İstehsalın rasionallaşdırılması işçilərin və struktur vahidlərinin yüksək dərəcədə ixtisaslaşması və öhdəliklərin ciddi sərhədlə ayrılması ilə xarakterizə olunur.

XX əsrin 20-30-cu illərində ABŞ-da təsərrüfatçılığın ekstensiv metodlarından intensiv metodlarına keçid idarəetmənin yeni istiqamətlərinin axtarışını tələb edirdi. Tədricən aydın olurdu ki, kapitalist istehsalının mövcudluğunun qorunması üçün müəssisədə işçinin mövqeyinə münasibəti dəyişmək, motivasiyanın və işçilərlə sahibkarlar arasındakı əməkdaşlığın yeni metqodlarının işlənilməsi və hazırlanması zəruridir. E.Meyonun adı ilə bağlı olan insan münasibətləri məktəbinin bununla əlaqədar yeni konsepsiya-

ları humanist yönümlü müddəaları ilə ABŞ idarəetmə nəzəriyyəsini daha da zənginləşdirdi.

“İnsan resursları menecementi” termini ABŞ-da XX əsrin 60-cı illərində meydana gəlmişdir. Amerikalı sosioloq R.Maylz “insan resursları” modelini təşkilatın əsas məqsədlərinə çatmasına vəsilə olan strateji bir komponent kimi qiymətləndirdi. R.Maylzın “insan resursları” modeli şəxsiyyətin təşkilatda aktiv mövqeyinə istiqamətli idi. İnsan resurslarına diqqətin daha da artırılmasının ifadəsi məqsədlə ABŞ-da XX əsrin 60-70-ci illərində bir təşkilatlar kadr bölmələrinin insan resursları xidməti ilə əvəz edilməsi qərarına gəldilər. Qeyd etmək lazımdır ki, son onilliklər ərzində ABŞ-da insan resursları xidmətinin rolu kifayət qədər yüksəlmişdir.

ABŞ şirkətlərində idarəetmənin əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardır: ciddi və dəqiq vəzifə öhdəlikləri, əməkdaşların yaradıcılıq potensialının reallaşdırılması və yeni ideyaların tətbiqi, kadrların mütləq surətdə yenilənməsi, məqsədlər üzrə idarəetmə, fəaliyyətin dəqiq alqoritmi, peşəkar ixtisaslaşma çərçivəsində karyera artımı, inkişaf etmiş korporativ mədəniyyət, strateji planlaşdırma.

Qeyd edək ki, son illər menecementin ABŞ modeli öz liderlik mövqeyindən tədricən Yapon modelinin xeyrinə geri çəkilməyə başlayır. Menecementin ABŞ modelinin xüsusiyyətləri amerikalıların milli xüsusiyyətləri ilə uyğunluq təşkil edir (sona qədər mübarizə, hər zaman öz üstünlüyünü sübut etmək cəhdi, böyük uğurun qısa bir zamanda əldə edilməsinə meyil, liderlik uğrunda mübarizə, təkbaşına idarəetmə, zahirən demokratiklik mühitində mütləq tabeçilik, ciddi nizam-intizam).

ABŞ modelində menecementin yapon modelindən istifadə yapon mənşəli amerika alimi Vilyam Ouçi tərəfindən formalaşdırılmışdır. Ekspertlər müəyyən etmişlər ki, menecementin yapon modeli istehsal, satış və maliyyə arasında daha harmonik əlaqələri təmin edir.

Menecementin yapon modeli işçini həm də bir şəxsiyyət kimi nəzərdən keçirir. Yapon şirkətlərində özünü motivasiya güclü olduğundan, nəzarət dolay xarakter daşıyır. Yapon modeli ABŞ-da meydana gələn “insan münasibətləri məktəbinin” irəli sürdüyü “sosial insane” konsepsiyasına daha yönümlüdür.

Menecementin ABŞ modelinə əsasən uğur qazanmanın əsas tərkib hissələri aşağıdakılardır: rəhbərin peşəkarlığı, tərəfdaşın təfəkkür və qavrayışını psixi cəhətdən yönəltmək qabiliyyəti, avtoritar yanaşmadan səlahiyyətlərin tam ötürülməsinə keçid.

Rəhbər işçilərin seçiminin ABŞ praktikası başlıca vurğunu mütəxəssislərin bilik səviyyəsinə deyil, uyğun təşkilati qabiliyyətlərinə edir. Bundan başqa, ABŞ-da fərdiyyətçilik ruhu daha çox inkişaf etmişdir. ABŞ menecementinin dini əsasını xristian dininin protestant qolu təşkil edir.

Menecementin Yapon modeli

Son onilliklər ərzində Yaponiya dünya bazarında liderlik mövqeyini qoruyub saxlayır. Yaponiyanın liderlik mövqeyinin əsas səbəblərindən biri onun insan amilinə yönümlü menecment modelini tətbiq etməsidir. Tarixi inkişaf dövrü ərzində Yaponiyada milli xarakterin spesifik cizgilərinə uyğun müəyyən davranış metodlarından istifadə edilir.

Yapon menecmenti onun tarixi inkişaf xüsusiyyətləri, mədəniyyəti və ictimai psixologiyasını özündə əks etdirir. Ümumiyyətlə hər hansı bir ölkənin menecmenti onun ictimai-iqtisadi üsulu və tərzilə əlaqədardır. Yapon menecmenti kollektivçiliyə əsaslanır və şəxsiyyətə təsirin mənəvi-psixoloji təsirlərindən istifadə edir. Bu hər şeydən əvvəl kollektiv qarşısında öhdəlik (borc) hissinin dərk edilməsi ilə bağlıdır. Yaponiyada idarəetmənin əsas predmeti əmək resurslarıdır. Yapon sahibkarın qarşısına qoyduğu əsas məqsəd – müəsisənin işinin səmərəliliyini əsas etibarilə işçilərin əmək məhsuldarlığının artırılması hesabına yüksəldilməsindən ibarətdir.

Yapon təsərrüfatçılıq sistemi tarixən təşəkkül tapmış qrup mütəşəkkilliyi ənənələrinə əsaslanır. Yapon menecmentinin əsasını Amerika menecmentindən fərqli olaraq ayrıca götürülmüş fərdin deyil, bütövlükdə qrupun idarə edilməsi təşkil edir. Eyni zamanda Yaponiyada yaşca böyük insanlara hörmət ənənəsi hamıya xas bir vərdiş halı almışdır.

Menecmentin yapon modeli “sosial insane” yönümlüdür. “Sosial insan” isə stimullar və motivlərin spesifik sistemi ilə xarakterizə edilir. Stimullara əməkhaqqı, əmək şəraiti, rəhbərlik üslubu, işçilər arasındakı şəxslərarası münasibətlər aid edilir. Motivlərə isə işçinin əmək nailiyyətləri, onun xidmətlərinin qiymətləndirilməsi, xidməti artım, peşənin təkmilləşdirilməsi, yaradıcı yanaşma və s. aid edilir.

Yaponlar mövcud vəziyyəti öyrənərək ona daha yaxşı uyğunlaşırlar və digər ölkələrin işçilərindən fərqli olaraq qayda və təlimatları yalnız formal qaydada yerinə yetirməklə kifayətlənmirlər. Onlar əməyə görə uyğun mükafatlandırmanı mütləq surətdə iş stajının nəzərə alınması ilə həyata keçirirlər. Yaponiyada motivasiyanın ən güclü vasitəsi kimi təşkilatın “korporativ ruh”u çıxış edir. Korporativ ruh təşkilatın ideallarına sadıqlıqla müəyyən edilir. “Korporativ ruhun” əsasında qrup mənafeyini ayırayrı işçilərin şəxsi mənafeyindən üstün tutan qrupun psixologiyası dayanır.

Hər bir yapon firması çoxlu sayda formal və qeyri-formal qruplardan ibarətdir. Hər bir qrupda yaş, staj və təcrübə üzrə fərqlənən işçilər mövcud olur. Yaşca kiçik qrup üzvləri özlərindən daha böyüklərin nüfuzuna tabe olaraq daim hörmət edirlər. Bu qruplar təşkilatın məqsəd və vəzifələrinə yönümlü olurlar.

İri yapon şirkətləri üçün “ömürlük mزد” sistemi xarakterikdir. Muzdlu olduqları şirkətə işçilər minnətdarlıq və hörmət hissi ilə yanaşırlar. Bununla əlaqədar yapon “ömürlük mزد” sistemini motivasiya təsirinin güclü vasitəsi kimi qiymətləndirmək olar.

Yaponiyada “ömürlük mزد” sistemi əməyin ödənilməsi sistemi ilə birbaşa əlaqədardır. Bu zaman əməkhaqqı ölçüsü davamlı iş stajından birbaşa asılı olaraq müəy-

yönləşdirilir. Bir çox yapon şirkətləri üçün heyətin rotasiyası xarakterikdir. Bununla əlaqədar təxminən hər 3-5 ildən bir heyətin yeni ixtisaslara yiyələnməsi təmin edilir. Yapon menecmentinin təşkilati-texniki məzmunu keyfiyyətin kompleks idarə edilməsi, istehlakçıya yönümlülük ilə müəyyən edilir. Ümumiyyətlə yaponlar yüksək keyfiyyətli məhsul istehsalına həddən artıq istiqamətli olurlar.

Məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsinə istiqamətlənən ideyanın müəllifi amerikalı Deminq olsa da, bu ideya öz inkişafını ABŞ-da deyil, Yaponiyada tapdı. XX əsrin 50-ci illərində keyfiyyətin yüksəldilməsi ideyası Yaponiyada keyfiyyətin idarə edilməsinin kompleks sistemə çevrildi. Qeyd edək ki, Yaponiyada məhsul keyfiyyətinin yüksək səviyyəsinin daim qorunması yapon millətinin milli ənənələri və xammal resurslarının demək olar ki, olmaması səbəbindən tamamilə xaricdən idxalı ilə əlaqədardır.

U.E.Deminq keyfiyyət hərəkətinin banisi olaraq, ilk dəfə keyfiyyətin fəlsəfəsini yaratmışdır. Onun ideyalarının yapon sənayesinin II Dünya müharibəsinin sonrakı dövrdə dirçəlməsində müstəsna rolu olmuşdur. ABŞ şirkətləri deminq ideyalarını yapon şirkətlərinin tam rəqabət qabiliyyətli mövqə qazandıqlarından sonra diqqət yetirməyə başlamışlar. Yaponlar deminqi yapon sənayesinin uğurunun səbəbkarı hesab etsələr də, ABŞ onu yalnız 1980-ci ildə fərqlənməyə başladı. U.Konvey Deminqi “sənaye inqilabının üçüncü dalğasının atası” adlandırmışdır. Onun sözləri ilə desək, keyfiyyət səviyyəsinə statistik nəzarəti mənimsəyən yapon istehsalçıları XX əsrin ikinci yarısında dünyanı fəth etməyə başladılar [2].

Keyfiyyətə nəzarətdə Deminq yanaşması statistik olmaqla keyfiyyətin tam olaraq məhsuldan deyil, insanlardan asılı olması ideyasına əsaslanırdı. Məhz onun bu fikirlərini yaponlar yüksək qiymətləndirirdilər. Deminq istehlakçını “istehsal prosesinin ən vacib hissəsi” kimi qiymətləndirir və əvvəlcədən istehlakçının tələbatlarının proqnozlaşdırılmasını zəruri hesab edirdi [2].

Ümumiyyətlə məhsul keyfiyyətinin daim yüksək səviyyəsinin qorunub saxlanılmasına meyillilik yaponların genetik xüsusiyyətləri ilə bağlıdır. Buna görə də, amerikalılar Yaponiyada məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsi tədbirlərini ABŞ ideyalarından oğurluq kimi qiymətləndirməməlidirlər. Almanlar özləri belə, uzun müddət ərzində məhsul keyfiyyətinin yüksəldilməsinə amerikalılardan daha çox önəm vermişlər [3]. Menecment üzrə yapon mütəxəssisi Xideki Yosixara yapon idarəetməsinin aşağıdakı xarakterik cəhətlərini qeyd etmişdir:

- Məşğulluq və etibarlılıq mühitinin yaradılmasının təmin edilməsi;

Məşğulluq və etibarlılıq mühitinin yaradılmasının təmin edilməsi öz növbəsində əmək resurslarının stabilliyini və kadr axıcılığının aşağı salınmasını təmin edir. Əmək resurslarının stabilliyi çalışanlar üçün stimül olaraq korporativ birlik hissini möhkəmləndirir, tabeçilikdə olanlarla rəhbərlər arasında harmoniyalı münasibətlər

yaradır. Yapon işçisi ümumiyyətlə, hər zaman muzzdlu olduđu təşkilatla özünü eyniləşdirir.

- Aşkarlıq və şirkətin dəyərləri;

Yapon idarəetmə sistemi firmanın bütün işçiləri üçün ümumi olan korporativ dəyərləri daim formalaşdırır. Bu korporativ dəyərlərə keyfiyyətli xidmətin prioritetliyi, istehlakçıya xidmət, işçilərin administrasiya ilə əməkdaşlığı, bölmələrin koordinasiyası və s. aid edilir.

- İnformasiyaya əsaslanan idarəetmə;

Yaponiyada istehsalın iqtisadi səmərəliliyinin və məhsulun keyfiyyət xarakteristikalarının yüksəldilməsi məqsədilə məlumatların yığılı və onlardan sistemətik istifadə edilməsinə xüsusi əhəmiyyət verilir.

- Yüksək keyfiyyətin təmin edilməsinə yönələn idarəetmə;

Yaponiyada şirkət rəhbərləri hər zaman keyfiyyətə nəzarətin zəruriliyini xüsusi olaraq qeyd edirlər. İstehsal prosesinin idarə edilməsində onları maraqlandıran ən çox məhsul keyfiyyəti haqqında dəqiq məlumatların əldə edilməsidir. Təşkilatlarda intizamın qorunub saxlanması və işin keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün yapon menecmenti cəzalandırmaya deyil, mükafatlandırmaya daha çox üstünlük verir. Yaponiyada rəhbərlərlə işçilər arasında qarşılıqlı əməkdaşlığı təmin etmək üçün keyfiyyət dərəcələrindən istifadə edilir.

- Rəhbərliyin istehsal prosesində daima iştirakı;

Çətinliklərin öhdəsindən gəlmək və problemlərin həllində yaxından iştirak etmək üçün Yaponiyada idarəetmə heyəti daima istehsal prosesində iştirak edir.

- İstehsalda gigiyena və qaydanın qorunub saxlanmasına riayət edilməsi;

Yapon məhsullarının yüksək keyfiyyətinin təmin edilməsinin başlıca amillərindən biri də istehsalda gigiyena və qaydanın qorunub saxlanmasıdır.

Müasir dövrdə Yaponiya dünya sivilizasiyasının lokomotivi hesab edilir. II Dünya müharibəsindən sonra Yaponiya hələ uzun müddət öz ayaqları üzərində dura bilmirdi və o dövrlər iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş Amerikanın təcrübəsini öyrənməyə çalışırdı. Həmin illər yapon millətinin şüarı “hamı üçün yaxşı olan həyat naminə çalışmaq” idi. Bu, yapon tərziində motivasiya idi və bu motivasiyanın vasitəsilə yaponlar zaman gədikcə həyatın bir çox sahələrində bugünkü böyük nailiyyətləri əldə etdilər. Bütün bunlar yapon sahibkarı və menecment sahəsində mütəxəssis olan K. Tateisinin “Səhibkarlığın əbədi ruhu” əsərində öz əksini tapmışdır. K. Tateisi zamanla dünya şöhrətli şirkətə çevrilmiş “Omron elektroniks” şirkətinin yaradıcısı olmuşdur. K. Tateisi öz şirkətinin təcrübəsini təhlil edərək təşkilatın idarə edilməsi üzrə bəzi praktiki tövsiyələr verir. K. Tateisi, xüsusilə də staqnasıyadan yan keçməyin yollarını təklif edir. O, göstərir ki, staqnasiya, başqa sözlə, iqtisadiyyatda durğunluq artdıqca, şirkətlərin özünü tənzimləmə qabiliyyəti də azalır. Qeyd edək ki, staqnasıyanın ilk iqtisadi

sadi nəzəriyyəsi 1930-cu illərin sonlarında Keyns məktəbinin nümayəndəsi E.Xansen tərəfindən işlənib hazırlanmışdır.

K.Tateisi şirkətin əsas təhlükəsi kimi 1983-cü ildə “Omron” şirkətinin üzlaşdığı “böyük biznes sindromunu” qeyd edir. K.Tatensi nəinki istedadlı biznesmen, həm də genişmiqyaslı və sistemli düşüncə qabiliyyətinə malik analitik idi. Bütün bu keyfiyyətlər ona yaratdığı şirkətin rəqabət qabiliyyətliliyinin aşağı düşməsinin əsas səbəblərini müəyyən etməyə imkan verdi [4].

K.Tateisi “Omron” şirkətinin həyat qabiliyyətini aşağı sala biləcək daha ən vacib səbəbləri göstərirdi. Bu səbəblər kimi o, həddən artıq mərkəzləşdirilmiş və şişirdilmiş idarəetmə aparatını, cari və adi qərarların qəbulu üçün xüsusi forma və prosedurların geniş əhatəli sistemini, bu cür qərarların işlənib hazırlanması üçün müzakirələrin həddən artıq çoxluğunu, problemlərin bir şöbədən digərinə və əksinə ötürülməsini qeyd edirdi. Son yekun qərarlar sonsuza qədər təxirə salınmasının əsas səbəbi kimi Tateisi hər bir administratorun məsuliyyətdən qaçmaq cəhdini xüsusilə vurğulayırdı.

K.Tateisi başa düşürdü ki, təşkilatın ölçülərinin qədərsiz böyüməsi nəticəsində bazar tələblərinə həssaslıq getdikcə azalır və təşkilatın gələcək inkişafı tormozlanır. Bunun əsas səbəbləri kimi bəzi amillər (psixoloji amillər də daxil olmaqla) çıxış edir. K.Tateisi təşkilatın gələcək inkişafını tormozlayan aşağıdakı amilləri sadalayır: təşkilatda bürokratizmin artımı, kommunikasiya əlaqələrinin zəifliyi, məsuliyyətin itirilməsi, səmərəliliyin aşağı düşməsi, mənfəətin azalması.

“Böyük biznes sindromu” ilə əlaqədar ən mürəkkəb problemlər, Tateisiyə görə, rəhbərliyin ən ali səviyyəsində (xüsusilə də qərar qəbulu prosesində) meydana çıxır. Nəticədə, rəhbərlik sisteminin fəaliyyətinin səmərəliliyi aşağı düşür, təşkilatın məqsədlərə çatmaqda yaradıcı yanaşma məhv olur, problemin öz mahiyyəti belə təhrif edilir.

Təşkilatın ölçüləri böyüdükcə administrasiya daha çox vahid qərar qəbuluna üstünlük verir. Nəticədə, qərar qəbulunda təxirə salmalar baş verir. K.Tateisi, Li Yakokka, R.Uotermen və digərləri şirkətin canlanması üçün çevik strukturun vacibliyini qeyd edir və bunu təşkilatın rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinin əsas amili kimi qiymətləndirir.

K.Tateisi hər bir təşkilatı ətraf mühitin sürətli dəyişikliklərinə uyğunlaşa bilməli olan canlı orqanizm kimi nəzərdən keçirirdi. O, qeyd edirdi ki, əgər təşkilatın ətraf mühit dəyişikliklərinə adaptasiya qabiliyyəti olmazsa, o, bu dəyişikliklərin qurbanına çevriləcəkdir. K.Tateisi Biologiyadakı təbii seçmə qanununun təşkilatların fəaliyyətinə də aid edilməsini məqbul hesab edirdi.

Biznes strategiyası üzrə görkəmli mütəxəssis olan Tateisi göstərirdi ki, təşkilatın rəqabət qabiliyyətinin aşağı düşməsi ilə əlaqədar amillər aradan qalxarsa, təşkilatın

uzunmüddətli artım tsiklinə səbəb olan tamamilə fərqli bir situasiya meydana çıxar. Bu halda, cəmiyyətin tələblərinə reaksiyalar güclənir, yeni texnologiyalar tətbiq edilir, yeni məhsullar istehsal edilir və mənfəət artımına səbəb olan bazar iştirakı genişləndirilir.

ABŞ şirkət rəhbərlərini yapon şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətliliyi daim düşündürür. Onlar yapon şirkətlərinin müvəffəqiyyətini dövlət, biznes və həmkarlar ittifaqlarının fəaliyyətinin vahid milli şirkət kimi qovuşması ilə izah edirlər.

Lakin yapon biznesmenləri özləri çox zaman dövlətin ifrat müdaxiləsindən və bazar üzərində hədsiz nəzarətindən narazılıq edirlər, hətta bəzən dövlətlə əməkdaşlıqdan imtina da edə bilirlər. Amerikalılar eləcə də qeyd edirlər ki, yapon modeli hər yerdə eyni səmərə ilə işləyə bilməz, belə ki, yaponlar xüsusi milli psixologiyanın daşıyıcısı hesab edilir [1].

Yapon şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətliliyinin təhlilində psixoloji amillər, insan resurslarından doğru istifadə xüsusi əhəmiyyətə malikdir. İşçilərin intellekti və peşəkarlığı təşkilatın digər resurslarından (təşkilati, maddi, maliyyə və s.) istifadənin səmərəliliyinə birbaşa təsir edir. Yapon təcrübəsi sübut edir ki, rəqabət qabiliyyətli təşkilatlarda işçilər şəxsi və intellektual potensiallarını reallaşdıraraq, bütövlükdə təşkilata böyük bir səmərə qazandırirlər. Bununla əlaqədar, menecerlərin özlərinin də davranışı tabeçilikdə olanların mənfəəti və dəyərlərinin nəzərə alınmasına istiqamətlənir.

Qlobal biznes strategiyasının aparıcı nəzəriyyəçilərindən biri olan Keniçi Omae qeyd etmişdir ki, biznes strategiyasının əsas cəhəti rəqabət üstünlüyüdür. Omaeyə görə biznes strategiyasının qurulması sisteminin əsasını istehlakçıların tələbatlarının dəyişilməsinə həssaslıq təşkil etməlidir. Onun “strateji üçbucağının” bucaqları – şirkət (onun güclü, zəif tərəfləri, resursları), istehlakçı və rəqabətdir [1]. Keniçi Omae göstərir ki, Qərb menecmenti yapon strateji idarəetmə üslubunun təhlilində çox az hallarda uğurlu olur. O, qeyd edir ki, Qərb və Şərqi strategiyaları arasında köklü fərq ondan ibarətdir ki, yapon şirkətləri uzunmüddətli planlar qurduqları halda, Qərb şirkətləri qısamüddətli mənfəətə yönümlü olurlar.

Müasir yapon təşkilatlarının rəqabət qabiliyyətlərini qoruyub saxlamaq üçün psixoloji və sosial-psixoloji sferanın tələblərinin nəzərə alınması vacibdir. Bu zaman idarəetmə praktikası üçün nisbətən problemlə bağlı olan sahələr (sosial nəzarət, motivasiya, şəxslərarası münasibətlər, sosiallaşma) xüsusilə diqqət mərkəzində durmalıdır.

Menecmentin Qərbi Avropa modeli

Menecmentin Qərbi Avropa modelinin formalaşdırılmasında Avropa alimlərinin böyük töhfəsi olmuşdur. Belə ki, bixeviorizmin təsiri altında Qərbdə idarəetmənin psixologiyasına daha çox önəm verilir, maddi mükafatlandırmanın insan əməyinin qarşılıyaq yeganə amil olmaması, insan söylərinin fərdin davranışının asılı olduğu psixoloji motivlərlə müəyyən edilməsi nəzərə alınır. “İnsan münasibətləri” məktəbinin Al-

maniya nəzəriyyəçiləri heyətin idarə edilməsində ABŞ və Yaponiya alimlərinə nisbətən daha ciddi yanaşma mövqeyində durur. ABŞ-ın ardınca Avropada da “əməyin zənginləşdirilməsi”, yəni iş yerində əməyin məzmununun daha da dolğunlaşdırılması üzrə bir çox sınaqlar keçirilir. Avropanın bir sıra ölkələrində tabeçilikdə olanların idarəetmə prosesinə cəlb edilməsi üzrə genişmiqyaslı tədbirlər görülür. İdarəetmədə iştirak sistemi daha çox Almaniyada tətbiq edilir. Bu cür iştirak sistemi aşağıdakı elementlərdən ibarətdir: müəssisələrdə istehsal müşavirələrinin yaradılması, muzzdlu işçilərin nümayəndələrindən ibarət müşahidə şuralarının yaradılması, idarəetmə şurasına “işçi direktorların” daxil edilməsi.

İşçilərin şura, komitə və digər orqanlarda nümayəndəliklərinin yaradılması Almaniyaya ilə yanaşı, Fransada, Hollandiyada, Norveçdə, Avstriyada, Belçikada və Qərbi Avropanın digər ölkələrində geniş yayılmışdır.

Son zamanlar Qərbi Avropanın bir çox ölkələrində kollektiv işə böyük önəm verilərək müəyyən çərçivəli məsələlərin həlli məqsədilə idarəetmə qrupları yaradılır. Məsələn, “Harsburq modeli” səlahiyyətlərin aşağı idarəetmə səviyyələrinə ötürülməsini nəzərdə tutur. Bu modelə əsasən qərar qəbulu üzrə hüquqlar daha peşəkar işçilərə ötürülür ki, bu da bütün idarəetmə səviyyələrində qəbul edilən qərarların keyfiyyətinin yüksəldilməsinə gətirib çıxarır. Bu zaman hər bir işçi öz səlahiyyətləri və öhdəlikləri çərçivəsində, idarəetmə qərarı qəbul edir.

Qərbi Avropa modeli səmərəli menecmentin aşağıdakı şərtləri ilə müəyyən edilir: rəhbərin müsbət (pozitiv) əhval-ruhiyyəsi, doğru seçilmiş səs tonu, idarəetmə təsirinin optimal variantının seçimi.

Qərbi Avropa şirkətləri üçün idarəetmənin qeyri-mərkəzləşdirilməsi prinsipindən istifadə xarakterikdir. Qeyd edək ki, koordinasiya edilmiş qeyri-mərkəzləşdirmə ideyasının müəllifi A.Sloun olmuşdur. Buna uyğun olaraq şirkətlərin daxilində müxtəlif fəaliyyət sferaları üzrə istehsal bölmələri yaradılır. Bu istehsal bölmələri qeyri-mərkəzləşdirilmiş formada onlara tabe olan altbölmələrin fəaliyyətini koordinasiya edir. Finlandiyada isə təşkilatın məqsədləri kəmiyyət göstəriciləri ilə müəyyən edilir. Yekun məqsədlərin əldə edilməsinə yönələn strategiya “nəticələr üzrə idarəetmə” adını almışdır. “Nəticələr üzrə idarəetmənin” əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, nəzərdə tutulan nəticələrin əldə edilməsində ali rəhbərliklə yanaşı, icraçılar və işçilər də iştirak edir, tabeçilikdə olanlar isə nəticələrin əldə edilməsi yolları və metodlarını özləri seçirlər.

Qərbi Avropanın bir sıra ölkələrində Keynsin dövlət tənzimlənməsi nəzəriyyəsinə əsaslanan idarəetmə modelləri (“sosial bazar təsərrüfatçılığı” modeli və Skandinaviya modeli) tətbiq edilir. Almaniyada Erxard tərəfindən işlənib hazırlanmış “sosial bazar təsərrüfatı” konsepsiyasının əsasında Keynsin tənzimləmə nəzəriyyəsi dayanır. Bu modelə görə azad böyük iqtisadiyyatın formalaşdırılması xüsusi mülkiyyət baza-

sında, lakin bazara dövlət tərəfindən nəzarət əsasında həyata keçirilir. Erxardın “sosial bazar təsərrüfatı” konsepsiyası özündə aşağıdakı 2 müddəanı birləşdirir:

- təsərrüfatçılığın bütün sferalarında dövlət tənzimlənməsinin gücləndirilməsi;
- indikativ planlaşdırmanın tətbiqi.

Qərbi Avropa ölkələrində sahibkarlarla işçilər arasındakı münasibətlərin xüsusi forması kimi sosial əməkdaşlıq çıxış edir. Lakin sosial əməkdaşlıq şəraitində də müddətli işçilərin əməkhaqqının yüksəldilməsi, iş rejimi və əmək şəraitinin optimallaşdırılması, dəyişdirilməsi, vergilərin aşağı salınması və s. üzrə tələblərinin olma ehtimalı da istisna deyildir. Avropa ölkələrində sosial əməkdaşlıq uzun zaman dövrü ərzində təbii yolla formalaşmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Şimali Avropa ölkələrinin idarəetmə sistemində sosial dövlət tipi fərqlənir. Bu modelə əsasən dövlət ümumi rifahın mənbəyi kimi insan hüquqlarının qorunmasını, qəndər bərabərliyini, genişmiqyaslı sosial müavinətlərin verilməsini, məşğulluq səviyyəsinin artırılmasını təmin edir. Skandinaviya modeli geniş ictimai rifah modeli olaraq, bəzən də kapitalist sosializmi sistemi də adlandırılır. Skandinaviya modelini özünəməxsus “qızıl orta” da adlandırmaq olar. Belə ki, bu model kapitalist və sosialist sisteminin ən uğurlu elementlərini özündə birləşdirir. 2013-cü ildə Böyük Britaniyanın “The economist” jurnalında bildirilmişdir ki, Şimali Avropa ölkələri dünyada ən yaxşı idarəetmə sisteminə malikdirlər. İsveçdə son illər ərzində neoliberal siyasətin və dövlət sektorunun rolunun bir qədər azaldılmasına və onunla əlaqədar sosial qeyri-bərabərliyin nisbətən artmasına baxmayaraq, yenə də dünyanın ən sosial ölkəsi hesab edilir. Qeyd edək ki, İsveçdə “sosializmin isveç modeli” geniş miqyasda tətbiq edilir.

Bu modelin müəllifi Nobel mükafatı laureatı Qunnar Mürdal olmuşdur. Mürdalın sosializmin İsveç modeli sosial bazar təsərrüfatı, sosial tənzimlənən iqtisadiyyat və sosial əməkdaşlıq nəzəriyyələrinə əsaslanır. Mürdal hesab edirdi ki, dövlət tərəfindən bazar proseslərinin idarə edilməsi cəmiyyətin hər bir üzvü üçün bərabər iqtisadi imkanlara malik səmərəli iqtisadiyyatın yaradılmasına şərait yaradacaqdır.

Bu modelə görə, tənzimlənən iqtisadiyyatın əsasında əhalidən yığılan birbaşa və dolayı vergilər dayanır. Sosializmin isveç modelində Mürdal əhalinin rifahının yüksəldilməsi üçün bərabər imkanlara təminat verən sosial müdafiə sisteminin yaradılmasını zəruri hesab edirdi.

Göründüyü kimi, menecmentin Qərbi Avropa modeli ABŞ və Yaponiya menecment modellərinin müəyyən xüsusiyyətlərini əks etdirərək onların sintezi kimi çıxış edir.

Bununla belə, ümumilikdə menecment nəzəriyyəsi ilk dəfə ABŞ-da yaranaraq, bu ölkəyə liderlik mövqeyi qazandırmışdır. XX əsrin I yarısında kütləvi istehsalı mənimləyən və geniş miqyasda ABŞ istehsalçıları bu mövqeyin bir daha möhkəmləndirilməsində əhəmiyyətli rol oynamışlar. Yaponiya menecmenti II Dünya mühari-

bəsindən sonrakı ilk illərdə ABŞ menecment modelinin müəddəalarından istifadə edərək istehsal və idarəetmənin rasional təşkili sahəsində böyük uğurlar qazanmışlar. Müasir dövrdə Yaponiya öz rəqiblərinin keyfiyyətə nəzarət, rasionallaşdırma, istehsalın avtomatlaşdırılması, əmək resurslarının idarə edilməsi sahəsində geridə qoyur. Yapon menecmentinin “ümumi tale fəlsəfəsi” konsepsiyasına görə işçilərin və istehlakçıların mənafeləri də sahibkarların mənafeləri qədər önəmlidir. Yapon şirkətlərinin əsas məqsədi mənfəət əldə etməklə yanaşı, həm də işçilərin və istehlakçıların tələbatlarının ödənilməsindən ibarətdir. Məhz “ümumi tale fəlsəfəsi” konsepsiyasına sadıq olan şirkət keyfiyyət və səmərəlikdə daha rəqabət qabiliyyətli təşkilat hesab edilir. Müasir qloballaşma dövründə Azərbaycan iqtisadiyyatı dünya iqtisadiyyatına aktiv surətdə inteqrasiya edir. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın müasir menecmenti həddən artıq mərkəzləşdirilmiş və planlı iqtisadiyyatdan bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində çox qısa bir zaman kəsiyində formalaşdırılmışdır. Bu səbəbdən Azərbaycanın milli menecmenti keçmiş inzibati-komanda sisteminin bəzi cəhətlərini hələ də qoruyub saxlamaqdadır. Bugünkü vəziyyətdə Azərbaycanda mövcud olan bir çox təşkilatlar keçmiş sovet müəssisələrinin bazasında yaradılmışdır. Lakin bununla bərabər, bu təşkilatların əksəriyyəti, artıq uzun illərdir ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyət göstərərək beynəlxalq miqyasda müəyyən dərəcədə rəqabət qabiliyyətliliklərini təmin edə bilirlər.

Müasir dövrdə Azərbaycan menecmentinin formalaşdırılması zamanı fərdiyyətçilik, şəxsiyyətə yönümlük, fərdi nəzarətin həyata keçirilməsi kimi aspektlərə xüsusi önəm verilməlidir. Müəssisələrdə fərdin işgüzar keyfiyyətləri, adaptasiya qabiliyyəti xidməti pillələrlə yüksələn zaman mütləq nəzərə alınmalıdır. Eləcə də konkret şərait və situasiyadan asılı olaraq, ABŞ, Yaponiya, Qərbi Avropa ölkələri menecmentinin müxtəlif modellərindən Azərbaycanın idarəetmə praktikasında məqsədyönlü şəkildə istifadə edilməlidir.

Ədəbiyyat

1. Розанова, В. А. Психология управления, Учебное пособие. Москва, 2008 г., стр. 264, 281, 209
2. Кеннеди, Кэррол Гуру менеджмента. Москва, 2006 г., стр. 201, 75, 76-77
3. Грейсон Дж. мл., О’Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века / пер. с англ. М.: Экономика, 1991, стр.290
4. Кадзума Татеиси. Вечный дух предпринимательства. М: Московский бизнес, 1990