

ISSN: 2674-4562; E-ISSN: 2674-4597

DOI: 10.36962/ENECO



# ENECO

PROCEEDINGS OF ENERGY ECONOMIC RESEARCH CENTER  
ENERJİ İQTİSADİYYATI MƏRKƏZİNİN XƏBƏRLƏRİ

VOLUME 08 ISSUE 04 2021

CİLD 08 BURAXILIŞ 04 2021



General Economics

International Economics

Business Administration and Business Economics, Marketing, Accounting, Personnel Economics

Economic Development, Innovation, Technological Change and Growth

Agricultural and Natural Resource Economics, Environmental and Ecological Economics

Platform &  
workflow by  
**OJS/PKP**

<https://scia.website/index.php/eneco>

The beautiful thing about learning is nobody can take it away from you—B. B. King

ISSN: 2674-4562; E-ISSN: 2674-4597 DOI: 10.36962/ENECO

**ENECO**

PROCEEDINGS OF ENERGY ECONOMIC RESEARCH CENTER  
ENERJİ İQTİSADİYYATI MƏRKƏZİNİN XƏBƏRLƏRİ

VOLUME 08 ISSUE 04 2021

CİLD 08 BURAXILIŞ 04 2021

BAKU 2021



## TABLE OF CONTENTS/MÜNDƏRİCAT

### **Nurlan Hacızadə**

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA TEXNİKİ TƏNZİMLƏMƏ İNSTİTUTUNUN  
MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ ONUN NORMATİV-HÜQUQİ BAZASININ  
TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ ..... 04

### **Elşən Hacızadə**

İQTİSADİYYATIN ENERJİTUTUMLU SEKTORLARINDA VƏ ELEKTROENERGETİKA  
KOMPLEKSİNDƏ BENÇMARKİNG VƏ ONUN TƏTBİQİNİN EFFEKTİVLİKLƏRİ ..... 19

### **Qəzənfər Süleymanov, Həcər İsmayılova**

SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ DAVAMLI İNKİŞAFIN EKO-İQTİSADİ  
MEXANİZMLƏRİ ..... 26

### **Qəzənfər Süleymanov, Türkan Şeydai**

İQTİSADİYYAT VƏ EKOLOJİ PROBLEMLƏR AZƏRBAYCANDA ..... 34

### **Sədaqət İbrahimova, Xəliq Qurbanov**

ƏTRAF MÜHİTİN MÜHAFİZƏSİNDƏ ALTERNATİV ENERJİ MƏNBƏLƏRİNDƏN  
İSTİFADƏNİN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ ..... 42

### **Niyazi Hasanov, Azer Agarzayev**

MECHANISM FOR THE EFFECTIVE PREPARATION OF BUSINESS PLANS USING  
PRICING CRITERIA WHEN IMPLEMENTING INVESTMENT STRATEGIES IN THE  
INTERNATIONAL CAPITAL MARKET ..... 49

### **Konul Valiyeva**

KARABAKH'S TOURISM PROSPECTS AS A KEY FACTOR IN THE DEVELOPMENT  
OF THE NATIONAL ECONOMY ..... 63



# İQTİSADİYYATIN ENERJİTUTUMLU SEKTORLARINDA VƏ ELEKTROENERGETİKA KOMPLEKSİNDƏ BENÇMARKİNG VƏ ONUN TƏTBİQİNİN EFEKTİVLİKLƏRİ

## Elşən Hacızadə

İqtisad elmləri doktoru, professor, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti “Enerji iqtisadiyyatı mərkəzi”nin rəhbəri, ORCID ID: 0000-0001-5447-9676  
 Email: elshan@hajizada.com

## XÜLASƏ

Məqalədə bençmarking metodologiyasının əhəmiyyəti, onun ayrı-ayrı ölkələrin, o cümlədən milli iqtisadiyyatın enerjitutumlu sektorlarında və elektroenergetikasında tətbiq effektivlikləri araşdırılır və təhlil edilir. Burada əsas diqqət bençmarkinglə iri istehsalarda etalon göstəricilərin müəyyənəndirilməsinə yönəldilir ki, onların da təhlili əsasında inkişafın yeni templəri təmin olunur. Bençmarking vasitəsi ilə bu müəssisələrdə maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin səmərəliliyi daha optimal təyin edilir və daha geniş uğur gətirəcək islahatlara və institusional dəyişikliklərə zəmin yaradan fəaliyyət strategiyaları qurulur. Bu baxımdan da bençmarkingın milli iqtisadiyyatın enerji tutumlu sahələrində, xüsusən də elektrik stansiyalarında, metallurgiya kompleksi müəssisələrində və digər bu kimi istehsal və biznes sahələrində istifadəsinin əhəmiyyətli və səmərəliliyi əsaslandırılır.

**Açar sözlər:** bençmarking, sənaye, yanacaq-enerji kompleksi, elektroenergetika, effektivlik.

**JEL:** D61, F61, F62, L5, L94

**Giriş:** İqtisadiyyatın dərinləşən qloballaşması və rəqabət mübarizəsinin artan kəskinləşməsi şəraitində biznesin aparılmasının optimal üsullarının axtarışı prosesi də getdikcə daha aktual səciyyə daşıyır. Bu istiqamətdə bençmarkingın yüksələn rolu danılmaz hesab olunur. O, biznes sahəsində ən yaxşı idarəetmə qərarlarının hazırlanmasında və inkişaf uğurlarının təcrübədə istifadəsində böyük əhəmiyyət kəsb edir. O, müasir iqtisadiyyatın menecment və marketing metodları və texnologiyalarının birləşməsi istiqaməti olaraq, həm də müasir şirkətin də sistemli yaşmada inkişafına kömək edən əsas iş proseslərindən biridir. Həmçinin menecment sistemində də o, mühüm bənd kimi çıxış edərək, biznes risklərini və imkanlarını aşkar etməyə və çətin fəaliyyət mühiti şəraitində onları şirkətin biznes-strategiyasında nəzərə almağa kömək edən effektiv texnoloji bir alətdir. Bir çox aparıcı dünya şirkətləri də stabil şəkildə yüksək əməliyyat səmərəliliyinin təmin edilməsində bençmarkingdən istifadə edirlər. Bençmarking iqtisadiyyatın enerjitutumlu sektorlarında və elektroenergetikada effektivliklərini nümayiş etdirir və onun rolu və əhəmiyyəti burada yüksələn dinamizmlə müşayiət olunur. Bu baxımdan məqalədə bençmarkingın iqtisadiyyatın enerjitutumlu sektorlarında və elektroenergetikada tətbiq effektivliyi araşdırma, təhlil və qiymətləndirmə obyektinə çevrilir.

Bençmarkingın mahiyyəti, məqsəd və metodları: İqtisadi ədəbiyyatlarda, lüğət və ensiklopediyada bençmarking (*ingiliscə* - benchmarking - “bench” və “mark” - “yer” və “işarə”, *ümumi* - *etalon qiymətləndirmə, etolan testləşdirmə*) etalon göstəricilər əsasında müəssisənin (*şirkətin*) işini yaxşılaşdırmaq məqsədi ilə səmərəli fəaliyyət göstərmənin nümunələrinin müəyyənəndirilməsi və adaptasiyası (*uyğunlaşdırılması*) prosesini ehtiva edən müqayisəli təhlil

metodur. Bu metod özündə iki prosesi - qiymətləndirmə və müqayisəni əhatə edir. Bençmarkingdə müəssisənin (*şirkətin*) öz məhsulları və iş metodlarını təkmilləşdirilməsinin mümkün üsullarını müəyyən etmək üçün nümunə kimi bir qayda olaraq birbaşa rəqiblər və digər bu kimi sahələrdə fəaliyyət göstərən müəssisələr (*şirkətin*) tərəfindən istifadə edilən “ən yaxşı” məhsul və marketing prosesi götürülür. Rəsmiləşən versiyaya görə bençmarking ABŞ-da yaranan texnologiyadır. İlk dəfə araşdırma və konsaltinq təşkilatı PIMS-in “rəqabət sahəsində effektiv bir həll tapmaq üçün oxşar şəraitdə müvəffəqiyyət qazanan digər müəssisələrin ən yaxşı təcrübələrini bilmək lazımdır” tezi ilə 1972-ci ildə dövriyyəyə girmişdir [1, 9, 11]. Qərbdə isə müasir təfsirdə bençmarking ilk dəfə 1979-cu ildə Xerox korporasiyası tərəfindən onun bazar payının fəlakətli azalması ilə şərtlənən bazar problemlərini aradan qaldırmaq üçün istifadə olunmuşdur. Digər tərəfdən onun biznes sahəsində amerikalı ekspert Pober Kemp tərəfindən 1980-ci illərdə dövriyyəyə gətirildiyi söylənilir. Bununla belə, tarixdə bu anlayışın daha erkən istifadəsi haqqında məlumatlar var. Belə ki, Yaponiyada bençmarking məzmununa görə “səy, narahatlıq, ən yaxşısı, lideri olmaq arzusu” mənasını verən yapon sözü “dantotsu” ilə əlaqələndirilir. Çində qədim zamanların sərkədəsi, milli general Sun Tzunun (*b.e.ə. 544-496*) məşhur “Savaş sənəti” əsərində “düşməninizi bildiyiniz və özünüzü tanıdığınız zaman, yüzlərlə müharibənin nəticəsi sənə qorxutmayacaqdır” ifadəsi də müəyyən dərəcədə bençmarking anlayışını mənalandırır [7, 8]. Bençmarking azərbaycandilli ədəbiyyatlarda etalon sınağı kimi də təqdim olunur. Bu zaman o, daha çox proqram və ya aparat təminatının məhsuldarlığını ölçmək üçün tətbiq olunan testlər kateqoriyası kimi interpretasiya olunur.

İdarəetmə elmi tərəfindən bençmarking termini hər hansı bir etalona nail olmaqdan ötrü, ümumiyyətlə səmərəlilik meyar kontekstində bir metafora kimi götürülmüşdür. Başqa sözlə, menecmentdə bençmarking bu və ya digər şəkildə fəaliyyətin qiymətləndirilməsi üçün mövcud nümunədən və ya hesablanmış bir göstəricidən istifadə etmək anlamına gəlir. Beləliklə, bençmarkinq hər hansı bir təşkilatda ayrı-ayrı funksiyaların və proseslərin səmərəliliyini təhlil etmək üçün həyata keçirilir. Bu, istehsal fəaliyyətinin səmərəsizliyinin səbəblərini daha dəqiq təyin etməyə və müəyyən olunmuş problemlərin həlli üçün tövsiyələr verməyə imkan yaradır.

Müasir dünyada “bençmarking” termininin mahiyyətini anlamaq təşkilatın vahid bir sistem olaraq mütərəqqi inkişafı ilə maraqlanan geniş menecer və marketoloqlar üçün əlçatandır. Bir sıra alim və mütəxəssislərin iddiasına görə, bençmarking başqasının təcrübəsindən, istehsalın səmərəliliyinin artırılması və biznes proseslərinin təkmilləşdirilməsi üçün ən yaxşı şirkətlərin qabaqcıl nailiyyətlərindən istifadə üsuludur ki, bu da öz növbəsində konkret nəticələrin təhlilinə və onların öz fəaliyyətində istifadə edilməsinə əsaslanır. Onun məqsədi istinad (*etalon*) göstəriciləri əsasında tədqiqatla dəyişikliklərə tələbi formalaşdırmaq və bu dəyişikliklər nəticəsində uğur qazanmağın mümkünliyünü müəyyən etməkdən ibarətdir. Bençmarking rəqabət analizi çərçivəsində həyata keçirilir və onun rəqabət təhlilinin metodundan daha ətraflı və nizamlı bir funksiya olmasına baxmayaraq o, çox müəssisələr üçün yenilik də deyildir [4, 8].

Bençmarking biznes proseslərinin və performans göstəricilərinin (*fəaliyyət göstəriciləri, nəticəlik*) sənayenin ən yaxşı standartları və digər şirkətlərin ən yaxşı təcrübələri ilə müqayisə edilməsi təcrübəsi kimi də anlaşılar [2]. Burada ölçmələr keyfiyyət, vaxt və dəyər bu kimi parametrləri ehtiva edir. Layihə menecmentində də bençmarking layihələrin seçilməsini, planlaşdırılmasını və reallaşdırılmasını dəstəkləyə bilir.

Bençmarking yaranışının elə ilk illərindən ötən əsrin 80-ci illərdən başlayaraq, ABŞ və Avropada inkişaf əldə edərək tədricən menecment sisteminə inteqrasiya olunmuşdur. Bençmarkinqdən istifadə etməklə iqtisadiyyatın fəal inkişafının ən təsirli nümunəsi kimi Yaponiya və Çini də





göstərmək olar. Bençmarketing təhlilçiləri belə bir reallığı da dilə gətirirlər ki, bu ölkələr əvvəllər nailiyyətlərini bençmarketingə deyil, sadəcə digərinin fəaliyyət nümunəsi kopyalayaraq onu mənimsəməklə və çox vaxt isə hətta sənaye casusluğu yolu ilə əldə etmişlər. Bununla belə, Yaponiya sonradan bençmarketing alətindən fəal istifadə edərək öz texnologiyalarını inkişaf etdirməyi bacarmış və hazırda keyfiyyət və səmərəlilik sahəsində etalon səviyyəyə çata bilmişdir. Çinin müəssisələri isə yenə də öz gələcərinin məhsullarını kopyalayır və texnologiyalarını ələ keçirir, müəllif və kommersiya hüquqlarına məhəl qoymurlar [5].

Bençmarketing özünəməxsus növlərə və tiplərə malikdir. Belə bölgü daha bir britaniyalı iqtisadçı Anthony Barnes Atkinsonun (1944-2017) adı ilə bağlıdır [3, s. 568-570]. İqtisadi ədəbiyyatlarda daha çox onun 3 tipi fərləndirilir. Bu məhsuldar, funksional və strateji bençmarketingdir. Məhsuldar bençmarketing digər şirkətlərin məhsullarını araşdırmaq, ölçmək və onları öz məhsullarının xüsusiyyətləri ilə müqayisə etməkdir. Funksional bençmarketing öz daxilindəki funksiya və prosesləri digər şirkətlərin oxşar funksiya və prosesləri ilə xərclərin tətbiqi baxımından qiymətləndirilməsini əks etdirir. Strateji bençmarketing isə digər müəssisələrdə strategiyaların və qəbul edilmiş strateji qərarların öyrənilməsi ilə bağlıdır [1, 3, s. 568].

Bençmarketingin metodları kimi isə aşağıdakıları təqdim etmək olar [3, s. 569-570, 8, 11]:

- birtərəfli bençmarketing - müəssisələr müstəqil olaraq rəqiblər və tərəfdaşlar haqqında məlumat toplayır;
- birgə bençmarketing - müəssisələr könüllü olaraq bir-biri ilə informasiya mübadiləsi aparırlar;
- verilənlər bazasına əsaslanan bençmarketing - məlumatlar bir platformada - verilənlər bazasında toplanır və onlara giriş bir qayda olaraq ödənişli əsasda müəssisə operatoru tərəfindən təmin edilir;
- üçüncü tərəfin iştirakı ilə aparılan bençmarketing - ekspert məsləhətçilərindən ibarət qrup adətən iştirakçılardan anonim şəkildə məlumat toplayır, məcmu hesabatlar formalaşdırır və fəal vasitəçilikdə kommunikasiyalar həyata keçirir;
- qrup şəkilli bençmarketing - iştirakçılar açıq şəkildə görüşür, ünsiyyət qurur, metodlarını müzakirə edir, mənfəət natiçələrin qarşısını almaq üçün hərəkətlərini əlaqələndirir, kompromisə gəlir, müəssisə turları keçirir.

**Bençmarketing müvafiq mərhələlərdə həyata keçirilir [10]:** 1. Bençmarketing obyektinin müəyyənləşdirilməsi (*məhsul, proses, strategiya*), daxili tədqiqatların və ilkin rəqabət təhlilinin aparılması;

2. İstinad (*etalon*) qiymətləndirilməsi üçün komandanın yaradılması;

3. Bençmarketing üzrə partnyor seçimi;

4. Məlumat axtarışı. İnformasiyanın toplanması metodlarının müəyyən edilməsi, əldə edilmiş məlumatların təhlilinin aparılması və etalonun geriləməsinin qiymətləndirilməsi;

5. Tətbiq. Etalona nail olmaq üçün planının həyata keçirilməsi.

Bütün bunlarla yanaşı, bençmarketingin müsbət və mənfəət cəhətlərini də fərqləndirmək lazımdır.

Belə ki, bençmarketing fərqli təcrübələrin (*məhsulların və ya proseslərin*) icadına və sınaqlarına sərmayə qoymadan, həmçinin digər müəssisələr tərəfindən edilən səhvlərdən qaçınmaqla rəqiblərin ən yaxşı məhsul və texnologiyalarını tətbiq edərək müəssisənin vaxtına və puluna qənaət edir. Çatışmazlıqlar isə başlıca olaraq şirkətlərin, o cümlədən özlərinin də qapalı olması səbəbindən obyektiv göstəricilərin əldə edilməsinin çətinliyi ilə bağlıdır. Digər bir çatışmazlıq isə mövcud maliyyə və vergi uçotu sistemlərinin hər zaman fəaliyyətin bu və ya digər istiqamətləri üzrə real məlumatlar əldə etməyə imkan verməməsi ilə əlaqədardır. Ümumiyyətlə bençmarketingdə

əsas problem məlumat konfidensiallığı ilə bağlıdır. Bununla əlaqədar Avropada bençmarkinqə informasiya dəstəyi üçün xüsusi layihə hazırlanmışdır ki, bu da müvafiq məlumat bazasından informasiyaların transformasiyasına kömək edir.

**Enerjitutumlu sektorlarda və elektroenergetikada bençmarkinq effektivlikləri:** Biznes təcrübəsi göstərir ki, iqtisadiyyatın enerjitutumlu sektorlarında və elektroenergetikada bençmarkinqin tətbiqi daha geniş effektivdir. Bunu enerji səmərəliliyinin bençmarkinqi kimi də dəyərləndirmək olar. Başqa sözlə, səmərəliliyin bençmarkinqi yanacaq-enerji resurslarından istifadənin effektivliyini qiymətləndirmək və müqayisə etmək üçün məlumatların toplanması və təhlilini özündə ifadə edir. Enerji səmərəliliyi göstəricilər sistemi - indikatorları şirkətin mövcud vəziyyətini digər şirkətlərlə müqayisə etməyə imkan verir [6, 12].

Enerji səmərəliliyinin hədəf göstəriciləri ən uğurlu şirkətlərdən əldə edilən məlumatlar əsasında müəyyən olunur. Sonra isə enerji səmərəliliyinin səviyyəsindən asılı olaraq şirkətlərə vergi güzəştləri, kredit faizlərinin subsidiyalaşdırılması və digər təşviqlərin tətbiq edilə biləcəyinə dair bir reyting verilə bilər. Belə situasiya şirkətləri enerji qənaətinə sövq edər və ümumilikdə isə müəssisələrin, şəhərlərin, bölgələrin və bütövlükdə isə ölkələrin enerji səmərəliliyini artırmış olar. Enerji səmərəliliyinin bençmarkinqinin xarici və daxili olmaqla iki növü fərqləndirilir. Xarici bençmarkinq sahə üzrə ən enerji səmərəli qurğuların, malların və xidmətlərin müəyyən edilməsinə yönəlmişdir. Daxili bençmarkinq isə sənaye müəssisəsinin müxtəlif enerji səmərəliliyi səviyyəsinə malik struktur bölmələrinin şirkət daxilində və törəmə müəssisələrdə daha yaxşı təcrübənin yayılması ilə məşğul olur [12].

Qeyd olunmalıdır ki, sənaye müəssisələrinin və holdinqlərin enerji səmərəliliyi göstəricilərinin qiymətləndirilməsi və müqayisəsi sistemi Avropada, ABŞ-da, Yaponiyada, Çində təşəkkül taparaq, yayılmışdır. Avropada bu məqsədlər üçün enerji səmərəliliyi qiymətləndirmə metodologiyası standartı (*EN 16231:2012 Energy Efficiency benchmarking methodology*) təsdiq edilmişdir. Rusiyada isə sənayedə enerji səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin formalaşdırılması və bençmarkinqinin həyata keçirilməsi üçün ümumi metodologiya hələ ki yoxdur. Lakin bununla belə, bu istiqamətdə oxşar bir tarixin də yada salınmasında gərəkdir. Belə ki, deməkdir ki, keçmiş SSRİ-də planlı iqtisadiyyatda bençmarkinq “qabaqcıl təcrübə mübadiləsi” adı altında mövcud olmuşdur. Elə həmin dövrdə müvafiq respublika, regional və regional mərkəzlər şəbəkəsini də əhatə edən elmi və texniki məlumatların yayılması sistemi - “Rosinformresurs” birliyi yaradıldı. Bu birlik 40 ilə yaxın fəaliyyət göstərdikdən sonra “Rusiya Energetika Agentliyi”nə çevrildi. 1970-1980-ci illərdə müvafiq standartın tətbiqi ilə məhsulların texniki səviyyəsinin xəritəsi hazırlandı. Beləliklə, sovetlər dövründə planlı iqtisadiyyatın məntiqinə uyğun olaraq müəssisələrinin texnoloji inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsi mərkəzləşdirilmiş qaydada həyata keçirilmişdir. Lakin bazar rəlsələrinə daxil olan müasir Rusiya üçün belə yanaşma uyğun sayılmamışdır. Çünki bu, köhnə sistem rəqabət mühiti üçün nəzərdə tutulmamışdır. Bununla belə, müsbət sovet təcrübəsinin müəyyən elementlərini yerli bençmarkinq sistemində də tətbiq edilməsi səmərəliliyi də istisna olunmamalıdır [4, 8, 10].

Müasir mərhələdə enerji səmərəliliyi ilə bağlı bençmarkinqin həyata keçirilməsi sistemləri mövcuddur və hətta bu istiqamətdə müvafiq bir metodiki əmsal da işlənmişdir. Bu metodika ilə hər bir müəssisə üçün enerji səmərəliliyi indikatoru alt sektorda orta marjı çıxmaqla gəlirlərin enerji istehlakına nisbəti olaraq hesablanır [12].

Bençmarkinq Yanacaq-Enerji Kompleksində, elektroenergetikada da əhəmiyyətini nümayiş etdirir. O, bir analiz vasitəsi olaraq bu sahələrdə istehsal və maliyyə-iqtisadi səmərəliliyin



dinamikasını təhlil etməyə, aparılacaq islahatlar strategiyasını hazırlamağa, sahə müəssisələrinin işinin effektivlik dinamikasını müəyyən edən diskret xarakteristikaların müqayisəsini aparmağa imkan verir. Bir reallığı da qeyd etmək gərəklidir ki, səmərəlilik özü çoxməqsədli olan kompleks kateqoriyadır. Onun son dərəcə obyektiv qiymətləndirilməsi də olduqca çətindir. Bu baxımdan çox vaxt onun artması və ya azalmasına dair ümumiləşdirilmiş bir göstəricini hesablamaq mürəkkəblik yaratdığından, bu barədə dürüst fikir söyləmək də mümkünsüzdür. Lakin burada bençmarking işə düşür. Onun köməyi ilə eyni vaxtda uçot aparılmadan müəyyən edilmiş istinad göstəriciləri əsasında istehsalın səmərəliliyinin təhlilini aparmaq mümkün olur. Bençmarking istifadə olunan istehsal texnologiyalarında əhəmiyyətli fərqlər olsa belə həm bir ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin, həm də fərqli ölkələrdəki müəssisələrin performansını müqayisə etməyə imkan verir. Onun enerji sferasında bir üstünlüyü də ondan ibarətdir ki, burada səmərəlilik təhlil edilərkən, enerjinin istehsalı və nəqli prosesləri bir-birindən asılı olmadan nəzərdən keçirilir. Burada həm də aşağıdakı amillərin də nəzərə alınması qaçılmazdır [6, 12]:

- təhlil olunan nümunə üzrə istehsal - enerji generasiyası və istehsal resurslarının həcmələrinin müqayisəsi;
- alınan göstəricilər sahəsindəki məhsuldarlıq səviyyəsini xarakterizə edilməsi;
- ümumi qaydalardan istisna olma ehtimalının nəzərə alınması;
- həm istehsal olunan məhsulların dəyəri və həcmi, həm də hər bir istehsal vahidi üçün resursların həcmi barədə ətraflı məlumatın olması;
- istehsal səmərəliliyinin səviyyəsi barədə əldə edilmiş məlumatlar nəzərə alınmaqla müəssisələrin gələcək inkişafı üzrə tövsiyələrin hazırlanması üçün bençmarking nəticələrinin tətbiqi metodikasının mövcudluğu.

O da vurğulanmalıdır ki, elektroenergetikada bençmarking keçirməzdən əvvəl ölkəyə xas ümumi xüsusiyyətləri müəyyən etmək lazımdır. Daha düzgün nəticələr çıxarmaq isə müvafiq istinad göstəriciləri əsasında düzgün nəticəli olacaqdır. Ona görə də, bu təhlildə həm mütləq və həm də nisbi göstəricilərdə enerji istehlakının səviyyəsi və habelə enerji istehsalı üçün istifadə olunan resurslar bir araya gətirilməlidir. Reallıq belədir ki, enerji istehlakının səviyyəsi nə qədər yüksək olarsa, enerjinin ötürülməsi və paylanması zamanı paylayıcı şəbəkənin sıxlığından istehsal miqyasından qənaət effektindən istifadə etmək imkanları da bir o qədər geniş olacaqdır. Enerji istehsalı üçün istifadə olunan resurslar baxımdan isə ölkədə elektrik stansiyalarının konfigurasiyasına baxılmalıdır. Belə ki, ölkədə su elektrik stansiyaları üstünlük təşkil edərsə, bu sahə yanacaq qiymətinin dəyişməsindən az asılı olacaqdır. Lakin asılılıq daha çox hava şəraitindən, o cümlədən quraqlıq kimi təbii hadisələrlə bağlılıqda yaşanacaqdır. İstilik stansiyalarında iş asılılıq enerji daşıyıcılarının xamal bazarındakı meylləri ilə bağlı olacaqdır. Beləliklə, enerjitutumlu sektorlarda və elektroenergetikada bençmarking effektivlikləri yüksək qiymətləndirilməlidir. Onların - bençmarking alətlərinin Azərbaycan Respublikasının enerjitutumlu sahələrində də, xüsusən də elektrik stansiyalarında, metallurgiya kompleksi müəssisələrində və digər bu kimi istehsal və biznes sferalarında istifadəsi əhəmiyyətli və səmərəli olacaqdır.

**Nəticə:** Enerjitutumlu sektorlarda və elektroenergetikada, demək olar ki, iqtisadiyyatın digər sferalarında da coğrafi mövqeyi, iş şəraiti, tətbiq olunan texnologiyalar baxımından hər bir şirkət məxsusi və unikaldir. Bu isə o deməkdir ki, bu sferada hər hansı təcrübələrin səmərəliliyi ilə bağlı nəticələr səhv çıxma bilər. Belə reallıq həm də ondan irəli gəlir ki, hər bir müəssisədə enerji effektivliyi sistemi müxtəlif amillərin təsiri ilə qeyri-korrektli qurula bilər. Bu çərçədən də



bençmarking alətlərindən istifadənin genişləndirilməsi daha davamlı effektiv və əhəmiyyətli nəticəlidir. Onun nəticələri bu gün energetikanın inkişafını stimullaşdıran və maliyyələşdirən, ona tarif tənzimləməsi vasitəsi ilə də daha bir yardım göstərən dövlət üçün də faydalı ola bilər. Belə sistem enerjitutumlu sektorlarda və elektroenergetikada yeni rəqabət və inkişaf mühiti yaradır. O, təsərrüfat subyektlərinin cari fəaliyyətinin optimallaşdırılması və inkişaf strategiyalarının reallaşması üzrə tədbirlərin işlənilib hazırlanması zamanında da daha geniş səmərəlilik verir.

**Redaksiya heyətinin üzvü:** akademik Arif Həşimov

**Redaksiyaya daxil olmuşdur:** 19.10.2021

**Çapa qəbul olunmuşdur:** 09.12.2021

## ƏDƏBİYYAT

1. Benchmarking electricity liberalisation in Europe. 2006. G. Richard Green [et. al]. SESSA project report, 32 p.
2. Karlöf B., Lundgren K., Froment M.E. 2001. Benchlearning: Good Examples as a Lever for Development / B. Karlöf, K. Lundgren, M. E. Froment // Wiley. 254 p.
3. Аткинсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С., Янг М.С. Управленческий учёт. М.: Издательский дом “Вильямс”, 2005, 874 с.
4. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. СПб.: Питер, 2001, 304 с.
5. Кэмп С.Р. Легальный промышленный шпионаж: Бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрение лучших методов работы ваших конкурентов. М.: Баланс-Бизнес-Букс, 2004, 416 с.
6. Свицерская О.В. Основы энергосбережения. М.: Тетра Системс, 2016, 176 с.
7. Хайниш С.В., Климова Э.Т. Бенчмаркинг на предприятии как инструмент управления изменениями. М.: URSS, 2017, 144 с.
8. Михайлова Е.А. 2002. Основы бенчмаркинга. М.: Юристь, 110 с.
9. www.hajizada.com - prof. Elşən Hacızadənin saytı.
10. [https://studwood.ru/1090146/menedzhment/etapy\\_provedeniya\\_benchmarkinga](https://studwood.ru/1090146/menedzhment/etapy_provedeniya_benchmarkinga) - Этапы проведения бенчмаркинга.
11. <https://www.litmir.me/br/?b=134054&p=1> - Воеводина Н.А., Кулагина А.В., Логинова Е.Ю., Толберг В.Б. Бенчмаркинг инструмент развития конкурентных преимуществ.
12. <http://www.up-pro.ru/library/strategy/benchmarking/benchmarking-energy.html> - Бенчмаркинг в энергетике.



## IN ENERGY-INTENSIVE SECTORS OF THE ECONOMY AND IN THE ELECTRIC POWER SECTOR BENCHMARKING AND THE EFFECTIVENESS OF ITS APPLICATION

**Elshan Hajizadeh**

Prof. Dr., Azerbaijan State University of Economics, Head of the Center for Energy Economics

### ABSTRACT

The article examines and analyzes the importance of benchmarking methodology and its application efficiencies in energy-efficient sectors and electroenergetics of different countries, including the national economy. The main focus here is on benchmarking and identification of benchmark indicators in large-scale production, based on their analysis, new pace of development is provided. Through benchmarking, the efficiency of financial and economic activities in these enterprises is determined more optimally and action strategies are established that create the basis for reforms and institutional changes that will bring greater success. In this regard, the importance and efficiency of the use of benchmarking in the energy-intensive areas of the national economy, especially in power plants, metallurgical enterprises and other fields of production and business is justified.

**Keywords:** benchmarking, industrial, fuel-energy, electrical engineering, efficiency.

**JEL:** D61, F61, F62, L5, L94

## БЕНЧМАРКИНГ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В ЭНЕРГОЕМКИХ СЕКТОРАХ ЭКОНОМИКИ И ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ

**Гаджизаде Эльшан**

Д.э.н., проф., Азербайджанский Государственный Экономический Университет.

Руководитель Центра экономики энергетике

ORCID ID: 0000-0001-5447-9676

E-mail: elshan@hajizada.com

### АННОТАЦИЯ

В статье исследуется и анализируется значение методологии бенчмаркинга, эффективность ее применения в энергоемких секторах и электроэнергетике отдельных стран, в том числе национальной экономики. Основное внимание здесь уделяется определению эталонных показателей на крупных производствах с бенчмаркингом, на основе анализа которых обеспечиваются новые темпы развития. Посредством бенчмаркинга на этих предприятиях оптимально определяется эффективность финансово-хозяйственной деятельности и строятся стратегии действий, которые закладывают основу для реформ и институциональных изменений, которые принесут более широкий успех. В связи с этим обосновывается значимость и эффективность применения бенчмаркинга в энергоемких отраслях национальной экономики, особенно на электростанциях, предприятиях металлургического комплекса и других подобных производственно-хозяйственных сферах.

**Ключевые слова:** бенчмаркинг, промышленность, топливно-энергетический комплекс, электроэнергетика, эффективность.

**JEL:** D61, F61, F62, L5, L94

## JOURNAL INDEXING



Accepted for publication in this edition / Bu nəşrdə dərc oluması üçün qəbul edilib - 20.12.2021

ISSN: 2674-4562, E-ISSN: 2674-4597, UDC: 620.9 (051) (0.034)

©**Publisher:** "University of Economics." Energy Economics Center. EEC. (Azerbaijan, Baku)

©**Nəşriyyat:** "İqtisad Universitet." Enerji İqtisadiyyatı Mərkəzi. EEC.

**Director:** Elshan Hajizade. Doctor of Economic Sciences. Professor.

**Direktor:** Elşən Hacızadə. İqtisad Elmləri Doktoru. Professor.

**Deputy of director:** Namig Isazade. PhD in Business Administration.

**Direktor müavini:** Namiq İsayadə. Biznesin İdarə Olunması üzrə. PhD.

**Registered address:** 6, Istiglaliyet street, Baku, Azerbaijan, AZ 1001

**Qeydiyyat ünvanı:** 6, İstiqlaliyyət küç. Bakı Azərbaycan, AZ1001

©**Editorial office:** 6, Istiglaliyet street, Baku, Azerbaijan, AZ 1001

©**Redaksiya:** 6, İstiqlaliyyət küç. Bakı Azərbaycan, AZ1001

©**Typography:** "University of Economics." Energy Economics Center. EEC. (Azerbaijan, Baku)

©**Mətbəə:** "İqtisad Universitet." Enerji İqtisadiyyatı Mərkəzi. EEC. (Azerbaijan, Baku)

**Registered address:** 6, Istiglaliyet street, Baku, Azerbaijan, AZ 1001

**Qeydiyyat Ünvanı:** 6, İstiqlaliyyət küç. Bakı Azərbaycan, AZ1001

©**Publisher:** MTÜ International Center for Research, Education and Training. (Estonia, Tallinn), R/C: 80550594

©**Nəşriyyat:** MTÜ Beynəlxalq Tədqiqat, Təhsil & Təlim Mərkəzi. Qeydiyyat kodu: 80550594

**Management Board Member:** Seyfulla İsayev. Azerbaijan.

**Direktor və Təsisçi:** Seyfulla İsayev. Azərbaycan.

**Deputy & Founder:** Namig Isazade. PhD in Business Administration.

**Müavini və Təsisçi:** Namig Isazade. PhD in Business Administration.

©**Editorial office / Redaksiya:** Harju maakond, Tallinn, Kesklinna linnaosa, Narva mnt 5, 10117

©**Typography / Mətbəə:** MTÜ International Center for Research, Education and Training. (EESTI, Tallinn),

**Registered address / Qeydiyyat Ünvanı:** Harju maakond, Tallinn, Kesklinna linnaosa, Narva mnt 5, 10117

**Telephones / Telefonlar:** +994 55 241 70 12; +994 51 864 88 94

**Website/Veb səhifə:** <https://scia.website/>

**E-mail:** sc.medigroup2017@gmail.com

ISSN: 2674-4562; E-ISSN: 2674-4597

DOI: 10.36962/ENECO



# ENECO

PROCEEDINGS OF ENERGY ECONOMIC RESEARCH CENTER

ENERJİ İQTİSADİYYATI MƏRKƏZİNİN XƏBƏRLƏRİ

VOLUME 08 ISSUE 04 2021

CİLD 08 BURAXILIŞ 04 2021



Ümumi İqtisadiyyat

Beynəlxalq İqtisadiyyat

Biznes İdarəetmə və Ticarət İqtisadiyyatı, Marketing, Mühasibat, Personal İqtisadiyyat

İqtisadi İnkişaf, İnnovasiya, Texnoloji Dəyişiklik və Artım

Kənd Təsərrüfatı və Təbii Qaynaqlar İqtisadiyyatı, Ətraf Mühit və Ekoloji İqtisadiyyat



Platform &  
workflow by  
**OJS/PKP**

<https://scia.website/index.php/eneco>