Mühazirə 14.
İstehsal sahibkarlığının əsas istiqamətləri və sahibkarlıq mədəniyyəti

Plan:

1. *İstehsal sahibkarlığı və onun öncül istiqamətləri*
2. *Sahibkarın istehsal fəaliyyəti və onun təşkili*
3. *Elmi-texniki sahibkarlıq*
4. *Sahibkarlıq mədəniyyətinin mahiyyəti və əhəmiyyəti*

İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı

1. Ş.Ə.Səmədzadə, V.R.Musayev. İ.Z.Seyfullayev. Sahibkarlığın əsasları. Dərslik. Bakı 2010
2. F.H.Abbasov, R.A.Quliyev. Sahibkarlığın əsasları. Dərslik. Bakı 2012.
3. A.H.Tağıyev, S.A.Fərzəliyev. Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Sumqayıt 2007.
4. Qreqori Mənkyu "Ekonomiksin əsasları" Harvard Universiteti. Tərcümə 2010.
5. V.R.Musayev, İ.Z.Seyfullayev "Sahibkarlığın əsasları". Bakı 2000.
6. V.Niftullayev "Sahibkarlığın əsasları". Bakı 2002.

İstehsal sahibkarlığı və onun öncül istiqamətləri

İstehsal sahibkarlığı çox sahəli, müxtəlif cür sahibkarlıq fəaliyyətinin aparıcı və ən mürəkkəb növü sayılır. İstehsal sahibkarlığında məhsul istehsal olunur, iş və xidmət yerinə yetirilir, müəyyən mənəvi dəyərlər yaradılır. Bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə istehsal sahibkarlığına üstünlük verilməlidir, çünki o, sahibkarlıq fəaliyyətinin bütün qalan növlərinin inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirir.

İstehsal sahibkarlığına aiddir: əmtəə və xidmətlər istehsalı, istehlak məhsulları istehsalı, innovasiya, elmi-texniki və informasiya fəaliyyəti və s.

İstehsal fəaliyyəti ilə məşğul olan hər hansı sahələr hər şeydən əvvəl konkret olaraq hansı məhsul istehsal edəcəyini, hansı xidmətlər göstərəciyini əvvəlcədən planlaşdırır.

2.Sahibkarın istehsal fəaliyyəti və onun təşkili

İstehsal fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən hər bir sahibkar öncə müəyyənləşdirməlidir ki, hansı konkret məhsulu istehsal edəcək, hansı xidmət növü göstərəcək. İstehsalçı sahibkar marketinq xidmətinə başlayaraq istehsal olunan məhsula və göstərəcəyi xidmətə olan tələbatı müəyyənləşdirməli, potensial istehlakçını axtarıb tapmalı və onunla birbaşa əlaqəyə girməlidir. Sahibkarın risqini minimuma endirmək məqsədi ilə sahibkarla istehlakçı arasında kontrakt, saziş imzalanır. Qeyd etmək lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdiyi Qərb dövlətlərində sahibkarla potensial alıcı arasında şifahi razılaşma etibarlı təminat hesab edilmir, saziş şəklində bağlanıla bilər. Lakin bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə sahibkarla istehlakçı arasında şifahi razılaşmanın etibarlılığı olduqca azdır, sahibkarlıq risqi isə xeyli yüksəkdir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin növbəti mərhələsi istehsal amillərinin əldə edilməsi, yaxud icarəyə götürülməsidir. Adətən, iqtisadi ədəbiyyatda istehsalın dörd amili göstərilir: əmək, kapital, torpaq və sahibkarlıq qabiliyyəti.

Məlumdur ki, əmək insanın məqsədəuyğun fəaliyyətidir və onun köməyi ilə insan təbiəti öz tələbatını ödəmək üçün dəyişdirir və uyğunlaşdırır. A.Marşal "İqtisadi elmin prinsipləri " əsərində yazmışdır ki, hər cür əməyin hansısa nəticəni əldə etmək məqsədi vardır. İstehsal amili kimi əmək dedikdə təsərrüfat fəaliyyəti prosesində insanlar tərəfindən göstərilən bütün fiziki və əqli cəhətlər, səylər başa düşülür.

Əməkdən danışarkən əməyin intensivliyi, əməyin gərginliyi xarakterizə edilir. O vaxt vahidi ərzində fiziki və əqli enerjinin sərf olunma dərəcəsi ilə müəyyən edilir. Konveyerin işinin sürətlənməsi, eyni vaxtda xidmətedici avadanlıqların miqdarının çoxalması, iş vaxtı itkilərinin azaldılması əməyin intensivliyini artırır. Elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsi şəraitində işçinin sərf etdiyi fiziki enerji azalır, əksinə əqli və əsəbi enerji sərfiyyatı çoxalır ki, bu da istehsal proseslərinin kompleks mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması ilə bilavasitə əlaqədardır.

Əmək məhsuldarlığı vaxt vahidi ərzində istehsal olunan məhsulun miqdarını ifadə edir. Əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi üçün elmi-texniki tərəqqi həlledici rol oynayır.

Sahibkarlar işçi qüvvəsini dövri mətbuatda, radio və televiziyada elan etmək yolu ilə, əmək birjası və əhalinin məşğulluq mərkəzləri vasitəsi ilə, habelə dostları və tanışlarının köməyi ilə tapır və işə götürürlər. Sahibkar heyəti seçərkən onların ixtisas təhsilini, peşə hazırlığını, iş təcrübəsini, şəxsi keyfiyyətini, xarici dil bilməsini və kompyuter savadını nəzərə alırlar.

Kadr müəssisənin maddi-texniki bazasının mühüm tərkib hissəsidir. Onlar məhsulun istehsal prosesi ilə əlaqədardır, sənaye istehsal heyətini təşkil edirlər. Sənaye-istehsal heyəti fəhlələr, mütəxəssislər və xidmətedici heyətdən ibarətdir.

Kadrların düzgün seçilməsi və onlarla sivil qaydada davranış məhsul istehsalı prosesində baş verə biləcək hər hansı mürəkkəb, çətin problemin müvəffəqiyyətlə həll edilməsi üçün əlverişli şərait yaradır. Sahibkarlıqda davranış elə olmalıdır ki, müəssisənin kommersiya sirri həmişə gizli saxlanılsın, müəssisənin imici müdafiyə olunsun, istehlakçının və işgüzar adamların hüsnü-rəğbətini qazanmaq mümkün olsun. Buna görə də müəssisədə kadrlarla, heyətlə gündəlik səmərəli iş aparılmalı, onların iş keyfiyyətləri müntəzəm surətdə dəqiq qiymətləndirilməli, ən yaxşı sahibkarlıq fəaliyyəti stimullaşdırılmalıdır.

Kapital istehsalın ən mühüm amilidir. İqtisadi nəzəriyyənin klassikləri A.Smit və D.Rikardo istehsal amili kimi kapitalı istehsal vasitələri hesab edirlər. Eyni zamanda iqtisadçılar əsas kapital və dövriyyə kapitalını bir-birindən fərqləndirirlər. Əsas kapital uzun illər istehsal prosesində fəaliyyət göstərən və bir neçə istehsal tsiklinə xidmət edən artıq maddiləşmiş kapitaldır, yəni əsas istehsal fondlarıdır. Digər növ kapital bir istehsal tsiklində iştirak edərək öz dəyərini istehsal olunan məhsulun üzərinə keçirən kapitaldır. O, dövriyyə kapitalı, yəni dövriyyə istehsal fondlarıdır. Dövriyyə kapitalına xərclənən pul vəsaiti məhsul satıldıqdan sonra sahibkara tamamilə qaytarılır. Ancaq əsas kapitala çəkilən xərclər belə tezliklə ödənilə bilməz.

Bazar iqtisadiyyatının əsas atributlarından biri kimi çıxış edən sahibkarlıq istehsalın mühüm amilidir. Sahibkarın başlıca işi mövcud iqtisadi resursların kombinasiyasının bütün mümkün yeni üsularından istifadə etməklə yüksək rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalını təşkil etməkdir. Birinci şərt odur ki, sahibkar fəaliyyət növünün seçilməsində, istehsal proqramının tərtib edilməsində, maliyyələşdirmə mənbələrinin seçilməsində, resursların əldə edilməsində, məhsulun reallaşdırlmasında və ona qiymət qoyulmasında, mənfəətin istifadəsində və s. işlərdə müstəqildir. Lakin sahibkar həmişə bazardan, tələb və təklifin

dəyişilməsi dinamikasından qiymətin səviyyəsindən, yəni mövcud əmtəə-pul münasibətləri sistemindən asılı vəziyyətdə qalır.

Sahibkarlığın ikinci mühüm şərti qərarların qəbuluna, onların nəticələrinə və bununla bağlı risqə görə məsuliyyət daşımaqdır. Məlum olduğu kimi risk həmişə qeyri-müəyyənliklə, gözlənilməz hadisələrlə əlaqədardır, hətta ən dəqiq hesablamalar və proqnozlar bu amili aradan qaldıra bilməz, o, sahibkarlıq fəaliyyətinin daimi yoldaşıdır.

Kommersiya sahəsində uğur qazanmağa meyl, mənfəətin artırılmasına cəhd sahibkarlığın üçüncü mühüm əlaməti sayılır. Sahibkarların fəaliyyəti təkcə iqtisadi məsələlərlə məhdudlaşmır, onlar cəmiyyətin sosial problemlərinin həllində bilavasitə iştirak edir, öz vəsaitlərinin müəyyən hissəsini mədəniyyətin, təhsilin və səhiyyənin inkişafına, ətraf mühitin mühafizəsinə xərcləyirlər.

Xüsusi iqtisadi təfəkkür tipi kimi sahibkarlıq praktiki fəaliyyətdə icra olunan qərarların qəbuluna original baxış və yanaşmaların məcmusu ilə səciyyələnir. Burada sahibkarın şəxsiyyəti həlledici rol oynayır. Sahibkar olmaq o deməkdir ki, başqalarının edə bilmədiklərini bacarsın, müstəqil fəaliyyət növü seçsin, rəqabət bazarında layiqli yer tutsun, ictimai tələbatın ödənilməsinə xidmət etsin və yüksək mənfəət götürsün.

Sahibkarlıq fəaliyyətrində istehsal prosesinin təşkili tipinin düzgün seçilməsi vacib şərtdir. İstehsalın təşkilinin 4 mümkün tipi bəllidir: fərdi istehsal, kiçik seriyalı istehsal, kütləvi istehsal, fasiləsiz istehsal.

İstehsal prosesi elə təşkil edilməlidir ki, müəssisə planlaşdırılan həcmdə məhsul istehsalına nail olsun. Məhsul istehsalının həcmi bazar strategiyası üzrə konkret addımların müəyyənləşdirilməsi prosesində satış həcminin gözlənilən səviyyəsinə əsasən hesablanır.

Bazar münasibətləri şəraitində iqtisadi risk sahibkarlığın ən mühüm elementidir. Qeyri-müəyyənlik, təsadüflik, inamsızlıq, müvəffəqiyyət barədə fərziyyə riskin xarakterik xüsusiyyətləridir. Riskin əsas növlərindən biri istehsal riskidir.

İstehsal riski – məhsulun istehsalı və reallaşdırılması, istehsal fəaliyyətinin hər hansı növünün həyata keçirilməsi ilə əlaqədardır. Bu növ riskə məhsulun istehdsalı və reallaşdıırlması həcminin azalması, material və əmək xərclərinin çoxalması, zay məhsul istehsalı, reklamasiya və s. amillər bilavasitə təsir göstərirlər.

Sahibkarlıq riskini minimuma endirməkdən ötrü müəssisənin biznes-planını reallığı nəzərə almaqla diqqətlə işləyib hazırlamaq lazımdır.

3.Elmi-texniki sahibkarlıq

Elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsi iqtisadiyyatın dirçəldilməsi və inkişafının ən başlıca amilidir. "Yapon möcüzəsi" buna bariz sübutdur. Məlumdur ki, II dunya muharibesinde Yaponiyanın xalq təsərrüfatı tamam dağılmış, qalib dövlətlər texnikanın yararlı hissəsini söküb aparmış, əksər hissəsini isə məhv etmişdilər. Yaponlar təsərrüfat quruculuğuna az qala 0-dan, özü də boş əllə başlamalı oldular. Buna baxmayaraq, yaponlar bir tarix kəsiyi ərzində öz ölkələrini yenidən dünyanın iqtisadi qüdrət və rəqabət qabiliyyəti baxımından ən qabaqcıl dövlətlərindən birinə çevirdilər. Daha doğrusu, dünyanı hələ də heyrətdə saxlayan "Yapon möcüzəsi" baş verdi: yapon məhsulları Amerika mallarını Amerikanın özündə, Avropa mallarını Avropa bazarında sıxışdırmağa başladı. Bu qeyri-adi sıçrayışa dövlət bir neçə amildən bacarıqla istifadə etmək sayəsində, xüsusən əhalinin ucdantutma müasir təhsilə və elmi-texnikanın son növünə yiyələnməsi yolu ilə nail oldu. Beləliklə, Yaponiyanın az bir müddət ərzində dünyada ən qabaqcıl mövqeyə çıxmasının əsas səbəbi elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsinə yönəldilən dövlət siyasəti və onun ardıcıl həyata keçirilməsi olmuşdur.

Amortizasiya siyasəti – dövlətin elmi-texniki siyasətinin tərkib hissəsidir. Amortizasiya normasını, onun hesablanması qaydasını və istifadəsini müəyyənləşdirməklə dövlət təkrar istehsalın tempini və xarakterini, birinci növbədə əsas fondların təzələnməsi sürətini tənzimləyir.

Amortizasiya siyasətini işləyərkən dövlət aşağıdakı prinsiplərə riayət etməlidir:

- xüsusilə inflyasiya şəraitində əsas fondların yenidən qiymətləndirilməsi vaxtında həyata keçirilməlidir;
- amortizasiya norması əsas fondların sadə və geniş təkrar istehsalı üçün kifayət qədər olmalıdır;
- müəssisələrdə amortizasiya ayırmaları yalnız funksional təyinatına əsasən istifadə olunmalıdır;
- amortizasiya norması əsas fondların funksional təyinatından asılı olaraq, habelə onların mənəvi və fiziki aşınmasını nəzərə almaqla differensiallaşdırılmalıdır;
- müəssisələr tərəfindən mümkün qədər sürətli amortizasiya həyata keçirilməlidir;
- amortizasiya siyasəti əsas fondların təzələnməsinə və elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsinə xidmət etməlidir.

4.Sahibkarlıq mədəniyyətinin mahiyyəti və əhəmiyyəti

Məlumdur ki, sahibkarlıq fəaliyyəti iqtisadi fəaliyyətin bir növü olmaqla yanaşı dərin sosioloji köklərə malikdir. Mədəniyyət cəmiyyətdə insanların davranışlarının, qarşılıqlı münasibətlərinin, motivlərinin formalaşmasında böyük rol oynayaraq irsi dəyər kimi qəbul olunur. Sahibkarlıq mədəniyyəti sahibkarlıq mədəniyyətinin təşkilinin ayrılmaz hissəsidir. Sahibkarlıq mədəniyyəti ümumi mədəniyyət ünsürləri üzərində qurulur və xalqın mədəniyyəti ilə sıx bağlıdır.Bir çox elmi əsərlərdə mədəniyyətə belə tərif verilir:

Mədəniyyət ictimayətin, yaradıcı qüvvələrin və insan qabiliyyətlərinin, insanların həyat və fəaliyyətlərinin təşkil formalarında və növlərində, onların yaratdıqları maddi və mənəvi dəyərlərdə ifadə olunan inkişaf səviyyəsidir.

Mədəniyyət inkişafın müəyyən tarixi mərhələsində insanların davranışlarını, fəaliyyətlərini və həyatın müxtəlif cəhətlərini ifadə edən kompleks anlayışdır.

Sahibkarliq mədəniyyəti haqqında müxtəlif elmi mülahizələr irəli sürülmüşdür. R.Ryüttinger hesab edir ki, sahibkarlıq mədəniyyəti insanların dəyərlər haqqında prinsipləri və təsəvvürləri sistemidir. Dəyərlər haqqında təsəvvürlər müəssisə üçün nəyin əhəmiyyətli olması sualına cavab verir, prinsiplər isə müəssisənin necə idarə olunması və fəaliyyət göstərməsini anlamağa imkan verir.

Rusiya iqtisadçısı V.D.Kozlov sahibkarlıq mədəniyyətinə belə tərif vermişdir: ”**Sahibkarlıq mədəniyyəti** fəaliyyətin formal və qeyri-formal norma və qaydalarının, adət və ənənələrinin şəxsi və qrup maraqlarının, müəssisə işçilərinin davranışlarının, müəssisə rəhbərliyinin, iş şəraitinin razılıq göstəricilərinin, qarşılıqlı əməkdaşlığın, işçilərin, müəssisənin inkişaf perespektivlərində maraqların xüsusiyyətləri sistemidir”.

Beləliklə, sahibkarlıq mədəniyyəti bu fəaliyyətin iştirakçılarının qarşılıqlı münasibətlərini və müəssisənin dəyərlərini müəyyən edir. Hər bir yeni yaranan müəssisə daxili mədəniyyətini formal araşdıraraq özünün daxili hakimiyyətin bölünməsi, məqsəd və vəzifələrin, səlahiyyət və məsuliyyətlərin dəqiqləşdirilməsi, kollektivdə xoş işgüzar psixoloji iqlimin yaradılması və s. və xarici münasibətlərinin özülünü qoymuş olur.

Sahibkarlıq mədəniyyətinin ümumi əlamətlərindən aşağıdakıları göstərmək olar:

- qanunilik;

- hüquqi sənədlərdən , müqavilələrdən, qanuni sazişlərdən və işgüzar ən-ənələrdən doğan vəzifə və öhdəliklərə ciddi riayət edilir.

Sahibkarlıq mədəniyyətinin formalaşmasına təsir göstərən daxili amillərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- sahibkarın məqsədi;
- onun ideyaları və dəyərlər sistemi;
- sahibkarın və ya müəssisənin liderinin nüfüzu;
- kollektivdə qeyri normal əlaqə kanalları və b.

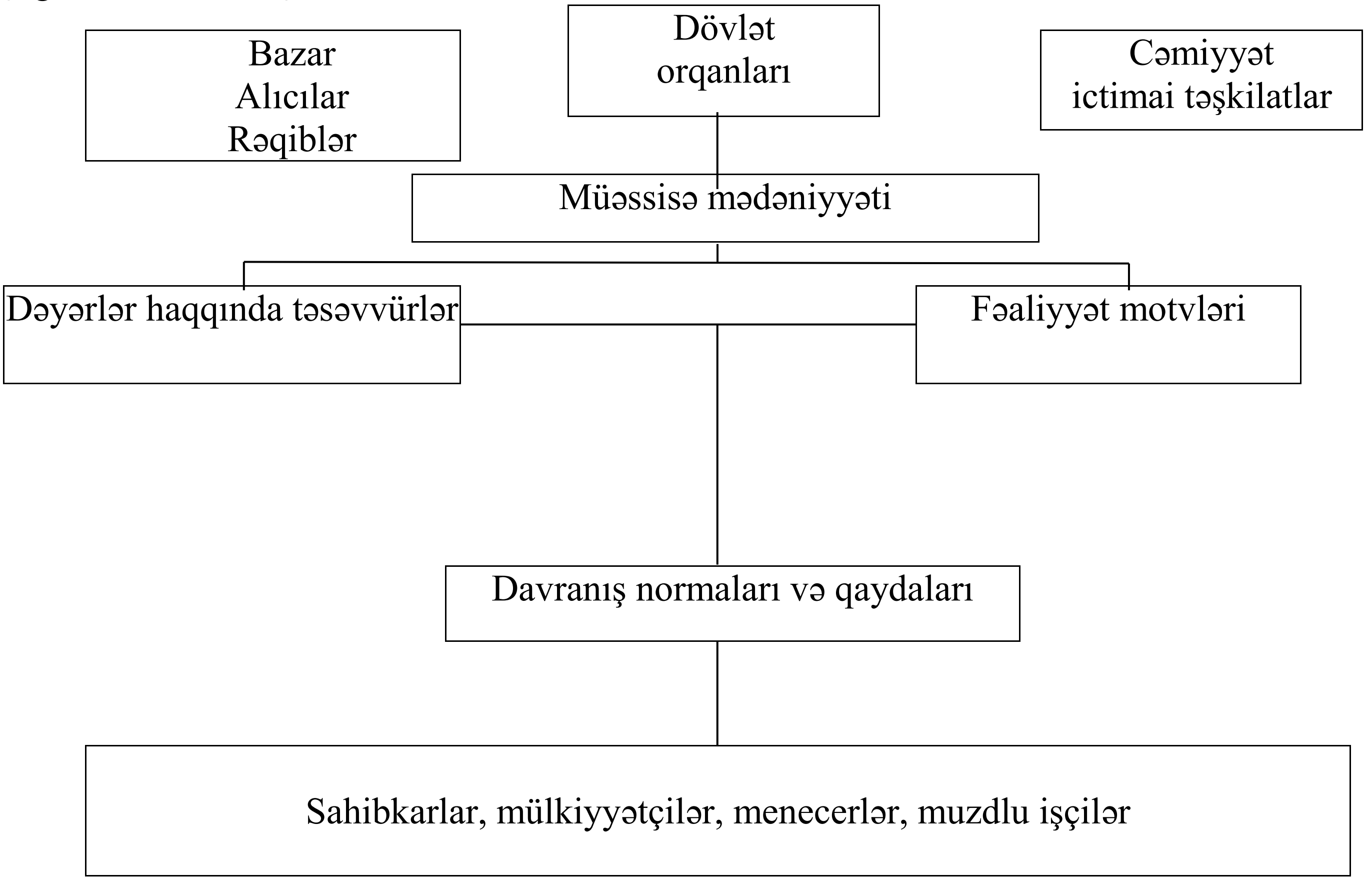
Sahibkarlıqda ümumi etika qaydalarına riayət olunması zəruri şərtlərdən biridir. Bu normalara peşəkarlıq etikasını, müəssisənin etika dəyərlərini, sahibkarın tərbiyyə və mədəniyyət səviyyəsini, cəmiyyətdə mövcud olan adət və əxlaq normalarını, təhsil səviyyəsini və başqalarını aid etmək olar.

B.Karlov sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili mədəniyyətinin ön əlamətini göstərmişdir:

1. **Sosiallıq** – sahibkarlıq mədəniyyətinin formalaşmasına onun bütün iştirakçıları təsir göstərir.
2. Kollektiv üzvlərinin davranışını tənzimləyir.
3. İnsanlar tərəfindən yaradılır.
4. Bütün işçilər tərəfindən dərk olunmuş və ya dərk olunmamış qəbul olunur.
5. Ənənələrə riayət edilməsinə əsaslanır.
6. Öyrənilməsi mümkündür.
7. Dəyişmək qabiliyyətinə malikdir.
8. Çoxcəhətlidir.
9. Dərk olunan və dərk olunmayan ola bilər.
10. Daima inkişafdadır.

Sahibkarlıq mədəniyyəti istehsal, müəssisə mədəniyyətinin, sahibkarların öz mədəniyyətlərinin formalaşmasından, sahibkarlıq etikasından asılı olaraq formalaşır.

Sahibkarlıq təşkilatının mədəniyyətinin yaranması və sonrakı inkişafı sxematik olaraq aşağıda əks olunmuşdur:



Sahibkarlıq təşkilatlarının mədəniyyətinin yaranması və inkişaf amilləri

Müəssisələrin mədəniyyəti aşağıdakı kimi göstərilmiş amillərin təsiri ilə müəyyənləşdirir:

- sahibkarlıq fəaliyyətinin predmeti;
- sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili;
- müəssisə sahibinin və işçilərin motivasiyası;
- idarəetmə mədəniyyətinin səviyyəsi, rəhbərlərlə muzdlu işçilərin qarşılıqlı münasibətlər mexanizmi;
- bazarda aparıcı mövqelərin əldə edilməsinə gəlirin xüsusi idarəetmə üslubu;
- müəssisənin fəaliyyət nəticələrində tam iştirakının olmasını dərk edə bilməsi üçün işçilərə uyğun fəaliyyət şəraitinin yaradılması;
- müəssisənin istiqamətləndiyi dəyərlər haqqında dəqiq təsəvvürlərin mövcudluğu;
- müəssisə rəhbərlərinin, menecerlər və əməkdaşların peşəkarlıq səviyyələri və onların ixtisasartırma imkanları;
- rəhbərlərin məsulliyəti öz üzərinə götürmə qabiliyyətləri;
- müvafiq maddi həvəsləndirmə ilə mütəxəssislərin əməyinin intensivliyinə və yüksək keyfiyyətinə nail olmaq;
- təklif olunan məhsulların yüksək keyfiyyətinin təmin edilməsi və müəssisənin yüksək səmərəliliyə istiqamətlənməsi;
- yüksək istehsal mədəniyyəti;
- zəruri sanitariya-gigiyenik və təhlükəsiz iş şəraitinin yaradılması;
- müəssisədə sağlam mənəvi mühitin yaradılması.

Sahibkarlıq mədəniyyətinin formalaşması və inkişafı təbii və məqsədyönlü fəaliyyət nəticəsində həyata keçirilə bilər.