

Mövzu 2: Azərbaycanca müasir biznes fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi. Daxili və xarici biznesin inkişaf strategiyası.

Plan:

- 1. Azərbaycanda biznesin inkişafının müasir vəziyyəti***
- 2. Ölkəmizdə biznes fəaliyyətinin səmərəli təşkili yolları və regional inkişafa töhvəsi***
- 3. Biznesin xarici mühiti***
- 4. Biznesin daxili mühiti***

2.1. Azərbaycanda biznesin inkişafının müasir vəziyyəti

Sivil bazar münasibətlərinin formalaşması və milli iqtisadiyyatın sürətli inkişafının təmin edilməsi müstəqil Azərbaycan Respublikasında dövlət quruculuğu prosesinin əsas tərkib hissəsidir.

Bazar iqtisadiyyatının formalaşması və dinamik inkişafında, daxili bazarın yerli xammala əsaslanan məhsullarla zənginləşdirilməsində, əhəlinin həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasında, yeni iş yerlərinin açılması və məşğulluğun səviyyəsinin artırılmasında, azad rəqabət mühitinin yaradılmasında və digər sosial-iqtisadi problemlərin həllində biznesin və onun mühüm istiqaməti olan sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi müstəsna rol oynayır.

Son illər müstəqil Azərbaycan Respublikasında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı ilə bağlı böyük miqyaslı və strateji əhəmiyyətli tədbirlər həyata keçirilib. Dövlət əmlakının özəlləşdirilməsi, aqrar islahatın və institutsional struktur dəyişikliklərin həyata keçirilməsi sahibkarlıq fəaliyyətinin və bütövlükdə milli iqtisadiyyatın formalaşması və inkişafına təkan vermişdir. Belə ki, 1996-2003-cü illərdə ümumi daxili məhsul 1,9 dəfə, o cümlədən 2003-cü ildə 11,2 faiz artmışdır. Ümumi daxili məhsul istehsalında qeyri-dövlət sektorunun xüsusi çəkisi yüksələn xətt üzrə artaraq 2003-cü ildə 74 faizə çatmışdır. Sənaye məhsulunun ümumi həcmində özəl bölmənin payı 54 faiz təşkil edir.

Lakin qazanılmış müvəffəqiyyətlərə baxmayaraq sahibkarlığın inkişafının mövcud vəziyyəti qənaətbəxş deyil, Sahibkarlığın inkişafında süni maneələr,

bürokratik əngəllər hələ (l)almaqdadır. Sahibkarlıq təbəqəsi ölkədə keyfiyyətli məhsul holluğunun yaradılmasında, rəqabətə davamlı sahələrin inkişafında və əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində holledici amilə çevrilməmişdir. Özəl bölmədə strateji cəhətdən miühüm və struktur formalaşdırıcı potensiala malik olan sahibkarlıq subyektləri çox zəif inkişaf etmişdir. Regionlar üzrə biznes fəaliyyətinin mövcud inkişaf səviyyəsi ölkənin malik olduğı böyük potensiala uyğun gəlmir. Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin 70 faizi Bakı şəhəri və onun ətrafındakı bölgələrdə cəmlənmişdir. Sahibkarlar arasında qarlılıqlı iqtisadi əlaqələr lazımi səviyyədə qurulmayıb.

Sahibkarlığın inkişafının sürətləndirilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın səmərəli bazar iqtisadiyyatı sisteminin formalaş-masında və beynəlxalq iqtisadi mühitə uyğunlaşmasında, ölkənin iqtisadi və sosial problemlərinin həllində rolunun güciəndirilməsi Azərbaycan Dövlətinin iqtisadi siyasətinin öncül istiqamətlərindən birini təşkil edir. Azərbaycan Res-publikasının prezidenti Heydər Əliyevin 2002-ci ilin aprel ayının 25-də yerli sahibkarlarla və mayın 14-də xarici iş adamları ilə keçirdiyi görüşləri buna baris sübutdur. Həmin görüşlərin nəticəsi olaraq ölkə prezidenti Heydər Əliyev kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına yönəldilmiş bir sıra miühüm fərmanlar və sərəncamlar imzalamışdır. Onların sırasında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Azərbaycan Respub-likasında kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının Dövlət proqramı (2002-2005-ci illər)" haqqında 17 avqust 2002-ci il tarixli, "Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişafına Dövlət himayəsi sahəsində əlavə tədbirlər haqqında" 10 sentyabr 2002-ci il tarixli, "Azərbaycan Respublikasında bəzi fəaliyyət növlərinə xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi haqqında" 2 sentyabr 2002-ci il tarixli, "Sahibkarlığın inkişafına mane olan müdaxilələrin qarşısının alınması haqqında" 28 sentyabr 2002-ci il tarixli fərmanları xüsusi yer tutur.

"Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının Dövlət proqramı (2002-2005-ci illər)" öikədə sahib-karlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi sisteminin təkrnilləşdirirrnəsi, KOS-urı insan resurslarının inkişafı, texniki, maliyyə köməyi mexanizminin dərinləşdirilməsi, sahibkarlığın hüquqi təminatının

gücləndirilməsi və regionlarda sahibkarlığın inkişafına əlverişli şəraitin yaradılması əsasında KOS-un inkişaf etdirilməsini nəzərdə tutur. Proqramın maliyyələşdirilməsi mənbələri kimi dövlət büdcə təsisatları üzrə ayırmalar, Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaiti, əhalinin məşğulluğu üzrə dövlət vəsaiti, bələdiyyələrin vəsaitləri, beynəlxalq və xarici ölkə təşkilatlarının texniki və maliyyə köməyi, məqsədli layihələr, xarici investisiyalar, əhalidən könüllü daxil olan vəsaitlər göstərilir. 2003-cü ildə KOS-un inkişafına dövlət büdcəsindən 50 milyard manat vəsait ayrılmışdır.

Sahibkarlığa dövlət qayğısının gücləndirilməsi ilə əlaqədar iqtisadiyyatda inhisarçılığın məhdudlaşdırılmasına və sağlam rəqabətin inkişafına nail olmaq üçün əmtəə bazarında inhisarçı mövqe tutan təsərrüfat subyektlərinə qarşı qanunvericiliklə nəzərdə tutulmuş bütün vasitələrdən istifadə ediləcəyi xüsusi vurğulanır.

Biznes fəaliyyətinin inkişafı və səmərəliliyinin yüksəldilməsində yerli sahibkarların inhisarlaşmadan qorunması və sağlam rəqabət mühitinin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin malum fərmanında Nazirlər Kabinetinə tapşırılıb ki, ölkədə əlverişli biznes mühiti yaratmaq məqsədilə İqtisadi İnkişaf Nazirliyi ilə birlikdə təbii inhisarçı təsərrüfat subyektlərinin (elektrik enerjisi, qaz, su, dəmir yolu, hava və dəniz nəqliyyatı, rabitə xidməti və s.) tariflərinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı müvafiq tədbirlər həyata keçirsin. Bizim fikrimizcə, mühüm xalq təsərrüfat əhəmiyyətli iri müəssisələrinin özəlləşdirilməsi prosesinin sürətləndirilməsi və onların səhmdar cəmiyyətlərinə çevrilməsi təsərrüfat subyektləri arasında rəqabəti gücləndirərək daxili bazarı inhisarlaşmanın qarşısını alardır.

Sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı ölkə prezidentinin imzaladığı fərmanlardan irəli gələn məsələlər vergi sistemində həyata keçirilən radikal islahatların ana xəttini təşkil edir. Vergi siyasətinin bazar iqtisadiyyatının səmərəli formalaşmasında, xüsusilə istehsal sahələrinin inkişafında mühüm iqtisadi alətə çevrilməsi, sahibkarlarla vergi xidməti işçiləri arasında münasibətlərin tərəfdaşlıq əsasında qurulması, həmçinin vergi nəzarətinin sivil qaydada təşkili vasitəsilə

vergilərin vaxtında və tam həcmdə büdcəyə daxil olmasının təmin edilməsi zəruriyyətə çevrilmişdir.

Əlverişli sahibkarlıq mühiti yaratmaq, milli istehsalın inkişafını stimullaşdırmaq məqsədilə 26 noyabr 2002-ci il tarixində «Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsinə əlavələr və dəyişikliklər edilməsi haqqında» qanun qəbul edilmişdir. Bu sənəddə sadələşdirilmiş vergilərin tətbiq dairəsinin genişləndirilməsi, vergilərin dərəcələrini azaldılması, sahə və regionlar üzrə vergilərin diferensiasiyası nəzərdə tutulur.

Fikrimizcə, ölkənin vergi potensialını daha dəqiq müəy-yənləşdirmək və regionlar üzrə büdcəyə daxil olmaları artırmaq məqsədilə sahibkarlığın növləri və iqtisadiyyatın sahələri üzrə vergiləri diferensiasiyə etmək gərəkdir.

ÜDM-in tərkibində vergi yığımlarının xüsusi çəkisinin artırılması meylə nəzərə alınmaqla (bazar iqtisadiyyatı inkişaf etmiş ölkələrdə ÜDM-in tərkibində vergi yığımlarının payı 29-54 faiz olduğu halda Azərbaycanda bu göstərici 10,8 faiz təşkil edir) vergilərin stimullaşdırıcı funksiyası güclən-dirilməlidir.

Biznes fəaliyyətinin inkişafında əsas məsələlərdən biri investisiya qoyuluşları üçün güzəştli kreditlərin verilməsi, mənfəətin investisiyalaşdırılması və iqtisadiyyatın prioritet sahələri üzrə məqsədli inkişaf proqramlarının hazırlanıb həyata keçirilməsidir. Təcrübə göstərir ki, investisiyaya qo-yulan mənfəətin məbləği qədər mənfəət vergisinin azaldılması sahibkarları yeni texnologiyaların alınmasına və istehsalın genişləndirilməsinə olan həvəsini xeyli artırır. Deməli, bu məsələnin Vergi Məcəlləsində öz əksini tapması biznes fəaliyyətinin sürətli inkişafına təkan verərdi. Kiçik biznesin maliyyələşdirilməsi üçün dünya təcrübəsində sınaqdan çıxmış müxtəlif maliyyə kanallarından, xüsusilə lizinq və franşayzinq şirkətlərinin xidmətlərindən, vençur kapitalından geniş istifadə olunmalıdır.

2.2.Ölkəmizdə biznes fəaliyyətinin səmərəli təşkili yolları və regional inkişafa töhvəsi

Biznes fəaliyyətinin səmərəli təşkili bazar infrastruktur-turunun yaradılmasını nəzərdə tutur. infrastruktur bazar iqtisadiyyatının zəruri komponentlərindən biridir. Biznes infra-strukturu - istehsalçıdan istehlakçıya kimi əmtəə və xidmətlərin sərbəst hərəkətini təmin edən və işgüzar münasibətləri əlaqələndirən ayrı-ayrı müstəqil bazarların və idarəetmə strukturlarının məcmusudur.

Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 2004-cü il 11 fevral tarixli fərmanı ilə təsdiq edilmiş «Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı (2004-2008-ci illər)» ölkənin balanslaşdırılmış sosial-iqtisadi inkişafı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb etməklə yanaşı, regionlarda mövcud potensialın reallaşdırılması və sahibkarlığın inkişafının sürətləndirilməsi üzrə kompleks tədbirləri əhatə edir. Beş il ərzində ölkə iqtisadiyyatına bütün maliyyə mənbələri hesabına investisiya qoyuluşunun həcmi 16,8 milyard dollar nəzərdə tutulur ki, bunun da 60 faizi regionların inkişafına yönəldiləcəkdir.

Sovet İttifaqı dağıldıqdan sonra uzun illər təşəkkül tapmış təsərrüfat əlaqələrinin qırılması müstəqil Azərbaycan Respublikası regionlarının sənayesində və aqrar sektorunda tənəzzül prosesini dərinləşdirərək böhrana gətirib çıxarmışdır. Aqrar sektorun tənəzzülə uğrarnası yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı sənayesinin xammala olan tələbatının ödənilməsində çox böyük çətinliklər yaratmışdır və nəticədə bu mühüm sahə iflic vəziyyətinə düşmüşdür.

Bazar iqtisadiyyatına keçidlə əlaqədar aparılan geniş miqyaslı iqtisadi islahatlar: dövlət əmlakının özəlləşdirilməsi, torpaq islahatı və idarəetmədə mütərəqqi struktur dəyişiklikləri nəticəsində ölkədə makroiqtisadi sabitlik bərqərar olmuş, regionlarda sahibkarlığın inkişafına təkan verilmişdir. Regionların iqtisadiyyatında kiçik və orta sahibkarlığın rolu getdikcə artmağa başlamışdır. Belə ki, ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin ümumi sayında kiçik müəssisələrin xüsusi çəkisi 80,7 faiz təşkil edir. Ölkə üzrə 47951 kiçik müəssisənin 1,5 faizi Naxçıvan, 5 faizi Abşeron, 6,3 faizi Gəncə-Qazax, 2,2 faizi Şəkil-Zakatala, 4,2 faizi Lənkəran, 1,9 faizi Quba-Xaçmaz, 10 faizi Aran iqtisadi rayonunda fəaliyyət göstərir.

Qeyd etmək lazımdır ki, regionlarda istehsal yönümlü sahibkarlıq subyektlərinin 40,3 faizi ticarətin, 16,3 faizi kənd təsərrüfatının, 13,3 faizi sənayenin, 11,1 faizi tikintinin, qalan

19 faizi isə daşınmaz əmlak, kommersiya fəaliyyəti və digər xidmət sahələrinin payına düşür. Sənaye sahələrində fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin iqtisadi rayonlar üzrə: Naxçıvanda 8,6 faizi, Abşeronda 8 faizi, Gəncə-Qazaxda 8,9 faizi, Şəki-Zakatalada 12,5 faizi, Lənkəranda 5,5 faizi, Quba-Xaçmazda 13,4 faizi, Aranda 6,5 faizi yerləşir.

Regionların mövcud potensialını reallaşdırmaqla sahibkarlığın inkişafının sürətləndirilməsi məqsədilə aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi zəruridir:

- sahibkarlığın kreditləşdirilməsinin genişləndirilməsi və əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasında bankların və kredit təşkilatlarının rolu artırılmalıdır;

- istehsal sahibkarlığının inkişafını stimullaşdırmaq üçün dövlət tərəfindən qayğı və himayədarlıq gücləndirilməlidir;

- kəndli-fermer təsərrüfatlarının fəaliyyətinin iqtisadi səmərəliliyini yüksəltmək üçün aqroservis xidməti yaxşılaşdırılmalı, kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarük sistemi yaradılmalıdır;

- regionlarda yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının emal sənayesi müəssisələri yaradılmalı və müasir marketinq xidməti formalaşdırılmalıdır;

- bazar infrastrukturunu yaradılmalı və sahibkarlığın inkişafında onların rolu artırılmalıdır;

- kiçik biznesin perspektiv formaları sayılan texnoloji parklar və biznes inqibatorları yaradılmalı, sahibkarlığın maliyyələşdirilməsi mənbəyi kimi vençur kapitalından istifadəyə xüsusi diqqət yetirilməlidir.

2.3. Biznesin xarici mühiti

Biznes xarici mühitlə daim qarşılıqlı əlaqə ilə səciyyələnən açıq sistemdir. Biznesin xarici mühiti dedikdə müəssisənin (firmanın) fəaliyyətinə təsir edən və onun müvafiq reaksiyasını tələb edən ətraf mühitin bütün amilləri və şəraiti başa

düşülür. Açıq sistem kimi biznes resurslar, enerji, kadrlar, istehlakçılar və s. ilə təchizetmə baxımından xarici mühit-dən asılıdır. Odur ki, müəssisələr öz fəaliyyətində xarici mühit amillərini nəzərə almalı və onlara uyğunlaşmalıdır.

Bu baxımdan müəssisələr bioloji orqanizmlərə bənzəyir. Çarlz Darvinin təkamül nəzə-riyyəsinə görə, saiamat qalmış növlər yaşayış mühitindəki dəyişikliklərə uyğunlaşmağı bacardıklarına görə mühafizə edilmişlər. Biznes də yaşamaq və effektivliyini qoruyub saxla-maq üçün uyğunlaşmağa məcburdur.

Biznesin xarici mühiti aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

1. Amillərin qarşılıqlı asılı olması: bir amilin dəyişməsi qalanlara da təsir göstərir;
2. Mürəkkəblik: biznesin reaksiya verməli olduğu amillərin sayı;
3. Dinamiklik: mühitin dəyişməsinin nisbi sürəti;
4. Qeyri-müəyyənlik: mühit haqda məlumatların nisbi sayı və dürüstlüyünün yəqin olması.

Biznesin xarici mühit amillərini biznesə birbaşa və dolay təsirinə görə iki qrupa bölmək olar. Bu, müəssisənin fəaliyyətinə onların təsir dərəcəsinin nəzərə alınmasını asanlaşdırır.

Birbaşa təsir mühiti (mikromühit) biznesə birbaşa təsir göstərən və digər tərəfdən müəssisənin fəaliyyətində təsirləndiyi amilləri - qanunları, dövlət tənzimlənməsi idarələri, əmək ehtiyatları, istehlakçılar, rəqiblər və s. əhatə edir.

Dolay təsir mühiti (makromühit) biznesə birbaşa və dərhal təsiri bəlkə də olmayan, lakin sonradan özünü göstərən amilləri - ETT, sosial, mədəni və siyasi dəyişiklikləri, demoqrafik göstəricilər və s. əhatə edir.

Biznesin xarici mühit amillərinin əsas qruplarına nəzər salaq.

Müəssisənin fəaliyyətinə təsir göstərən xarici mühit amillərindən biri də *hüquq* sistə-midir. Müəssisə rəhbərləri fəaliyyət göstərdikləri ölkələrdə işləyən hüquq sistemləri, habelə dünya dövlətlərinin hüquqi münasibətləri haqda aydın təsəvvürlərə malik olmalıdırlar.

Hüquq sistemləri üç əsas tip olur: ənənəvi hüquq sistemi, vətəndaş hüquq sistemi və teokratik hüquq sistemi. Amerika Birləşmiş Ştatları və Böyük Britaniyanı

ənənəvi hüquq sis-teminə (common law system) misal çəkmək olar, hərçənd ABŞ-da sahibkarlığı tənzimləyən və vətəndaş hüququnun xüsusiyyətlərinə malik olan vahid kommertiya məcəlləsi var. Ənənəvi hüquq ənənəyə, presedentə, hüquqa və adətə əsaslanır, qanunların izahında əsas rol məhkə-mələrə aiddir. Müasir şəkildə ənənəvi hüququ yaradanların ingilislər oldu-ğundan Britaniyanın keçmiş müstəmləkələrində də bu hüquq qüvvədədir.

Vətəndaş hüququ sistemi (civil law system) həmçinin kodlaşdırılmış hüquq sistemi də adlanır. Bu sistem hərtərəfli işlənmiş və bir məcəlləyə cəmləşmiş qanunlara əsaslanır. Hə-min məcəllələr biznes fəaliyyətinin də əsasını təşkil edir. Ümumiyyətlə 70-dən çox ölkədə, o cümlədən Almaniya, Fransa, Yaponiya və Rusiyada vətəndaş hüququ tətbiq olunur.

Beləliklə, iki sistem arasındakı fərq ənənəvi hüququn hadisələrin məhkəmədə necə izah olunmasına, vətəndaş hüququnun isə faktlara və onların qanunlara nisbiliyinə əsaslanmasından ibarətdir. İki sistemin yaratdığı fərqlərə müqavilə hüququnu (contract law) misal çəkmək olar. Ənənəvi hüququn işlədiyi ölkələrdə müqavilələr təfərrüatçılığa, bütün mümkün halları sadalamağa meyl göstərir. Əksinə, vətəndaş hüququnun işlədiyi ölkələrdə müqavilələr adətən daha qısa və az konkret olur, çünki ənənəvi hüquq sistemi üzrə müqavilələrdə göstərilən bir çox məsələlər əslində Vətəndaş Məcəlləsinə daxili edilir.

Dini ehkamlara əsaslanan teokratik hüququnun (theocratic law system) ən yaxşı örnəyi bu və ya digər səviyyədə 27 ölkədə tətbiq olunan İslam hüququdur. İslam hüququnda sırf hüquqi müddəalar az yer tutsa da, o, həyatın bütün sahələrini tənzimləməyə çalışır. Müsəlman ölkələrdə adətən İslam hüququ ilə ənənəvi və ya vətəndaş hüququnun qarışığı olan hüquqi sistemlər fəaliyyət göstərir.

Milli qanunlar idarəetmə prosesinin əsas ünsürlərinin necə həyata keçirilməsinə təsir göstərir. Bu qanunlar biznesin ölkə daxilində aparılmasına və ya ölkələr arasında işgüzar münasibətlərə aid ola bilər.

Hüquqi təsirin ən mühüm sahələrinə:

1) kommertiya və ya müqavilə hüququ - patentlərin, ticari nişanlarının və müəllif hüquqlarının müdafiəsi; mühasibatın standart formaları;

- 2) ümumi hüquqi mühiti ətraf mühitin qorunması qanunu , sanitar-gigiyenik normalar və təhlüksizlik texnikası qaydaları;
- 3) yeni biznesin yaranması;
- 4) trestlər əleyhinə və kartel haqqında qanunlar;
- 5) qiymətlərin yaranması;
- 6) vergitutma aiddir.

Çoxmillətli müəssisələrin rəhbərləri işlədikləri bütün illvülörin hüquq sistemləri ilə tanış olmalıdırdar. Bu cür Millklerin mənbəyi yerli hüquq şirkətlərin xidmətləri, yaxud da i'iiiiin dünyada nümayəndəlikləri olan beynəlxalq hüquq Ifl itl ola bilər. Rəhbərlər müvafiq oyun qaydalarını bilməii və ml ırı oməldə tətbiq etməlidirlər.

Mııveren dövlətlər arasında münasibətlər beynəlxalq ¹ Ч(и| tərəfindən tənzimlənir.

Beynəlxalq hüquq aşağıdakı ilori əhatə edir:

- 1) ayrı-ayrı şəxslərin ölkəyə gəlişi;
- 2) malların hərəkəti;
- 3) gəmiçilik və yükdaşımalar;
- 4) kapitalın hərəkəti;
- 5) mülkiyyət alıması;
- 6) şəxsiyyət və mülkiyyətin müdafiəsi;
- 7) vəsaitlərin köçülürməsi.

Biznesin aparılma üsuluna çox mühüm təsir göstərən xaricf mühit amillərinin iki əsas qrupu siyasi və iqtisadi mühitdir.

Siyasi sistem cəmiyyətin yaşayan və fəaliyyət göstərən bir bütöv kimi formalaşması üçündür. iqtisadi sistem məhdud ehtiyatların rəqabət aparən istifadəçilər arasında paylaş-ması üçün olub ehtiyatlann və hər hansı əmlak üzərində mülkiy-yətin tənzimlənməsi və əlaqələndirilməsi ilə bağlıdır.

Sosiat-siyasi proqramı ideologiya deyilən sistemləş-dirilmiş və birləşdirilmiş konsepsiya, nəzəriyyə və məqsəd-lərin cəmi təşkil edir. Müasir cəmiyyətlərin çoxu pluralist, yəni hamılıqla qəbul olunmuş ideologiyanın olmamasından müxtəlif ideologiyaların yanaşı mövcud olduğu cəmiyyətləridir.

Siyasi ideologiyalar çoxdur və o qədər müxtəlifdirlər ki, onlara idarəetmə sistemlərinin nizamlanmış siyahısında dəqiq yer tapmaq çətindir.

İdarə formasının nəzəri cəhətdən ən son variantları demokratiya və totalitarizmdir. Bu qütblər arasında vətən-daşların ölkə idarəetməsində müxtəlif dərəcədə iştirak etdiyi sistemlər var. Lakin bu gün dünyada dəyişikliklərin çox sürətlə cərəyan etməsini, bir çox avtoritar rejimlərin demokratiyanın müxtəlif formaları ilə əvəzlənməsini də nəzərə almaq lazımdır.

Müasir demokratik siyasi sistemlər aşağıdakı əlamətlərinə görə fərqlənir:

- 1) fikir, söz, mətbuat, təşkilatlanma azadlığı;
- 2) seçicilərin onları kimin təmsil edəcəyinə qərar verdiyi seçkilər;
- 3) seçilən vəzifədə qalmanın vaxt məhdudiyyəti;
- 4) müstəqil və ədalətli məhkəmə sistemi;
- 5) nisbətən siyasiləşməmiş bürokratiya və hərbiyyə;
- 6) nisbətən açıq dövlət.

Totalitar dövlətdə bir partiya, bir şəxs və ya qrup siyasi hakimiyyəti inhisara götürərək hər hansı müxaliyyətin yaranmasına yol vermirlər. Belə rejimdə bütün qərarlar məhdud dairə şəxslər tərəfindən qəbul edilir.

Bu gün totalitarizmin üç əsas forması mövcuddur: kommunizm, teokratik totalitarizm, dünyəvi totalitarizm.

Biznesin xarici mühit amillərinin əsas qruplarına - iqtisadi mühit, elmi-texniki tərəqqi, siyasi və hüquqi mühit, sosial-mədəni şərtlər, demoqrafik və təbii-coğrafi mühitə nəzər salmaq.

Biznesin iqtisadi mühiti onun təşkilini, fəaliyyət gös-tərməsini və səmərəliliyini səciyyələndirir. Bu, əhalinin alıcılıq qabiliyyətidir ki, cari gəlir və qiymətlərdən, iqtisadi artım və ya tənəzzüldən, işsizlik səviyyəsi, vergilər sistemi və s.-dən asılıdır. İqtisadi mühit makroiqtisadi amillərini və xarici mikromühiti əhatə edir.

Cədvəl 2.

Dəyişən makroiqtisadi amillər

<i>Daxili</i>	<i>Xarici</i>
----------------------	----------------------

■ Inflasiya və işsizliyin səviyyəsi	■ Xarici ticarət və tədiyyə balanslarının dururnu
■ Kapital qoyuluşu və ümumi milli məhsulun dinamikası	■ Mal və kapitalın idxalı və ixracının sərbəstliyi dərəcəsi
■ Kreditlərin əlverişli olması	■ Valyuta məzənnələri
■ Vergitutmanın səviyyəsi	■ Dünya bazarlarındakı konyunktura

Biznesin mikromühitinin ən mühüm amili ehtiyat və istehlak bazarlarıdır. Ehtiyat bazarları əmək, kapital, torpaq, informasiya, infrastruktur xidmətləri bazalarını əhatə edir.

İstehlak bazarları istehsalat və qeyri-istehsalat təyinatlı mal və xidmət bazarlarını əhatə edir. Hər iki növ bazarlarının əsas xarakteristikası tələbat, təklif və qiymətdir. Xarici mikromühit həmçinin müxfəlif ehtiyatların tədarük-çülərini, alıcıları, vasitəçiləri və rəqibləri də əhatə edir.

Elmi-texniki tərəqqinin biznesdəki rolu getdikcə artmaq-dadır. Bu, rəqabətin güclənməsi, tamamilə yeni məhsul və texnologiyaların yaranması müddətinən azalması ilə bağlıdır. Nəticədə) məhsullar mənəvi cəhətdən sürətlə köhnəlir, onun həyat dövrəsi azalır, digər tərəfdənsə yeni-yeni növ məhsul-ların işlənilib hazırlanması sürətlənir. Elmi-texniki tərəqqinin əsas istiqamətləri və biznesə təsiri aşağıdakı cədvəldə göstərilir.

Elmi-texniki tərəqqinin əsas istiqamətləri

Getdikcə təkmilləşdirilmə	Ara formaların yaradılması	Köklü dəyişikliklər
Biznesə təsiri		
<ul style="list-style-type: none"> • fəaliyyətin imkan və sahələrinin genişlənməsi • rəqabət qabiliyyəti və səmərəlilik • mənfi nəticələr ehtimalı və dövlət, ictimai nəzarətin 		

sərtləşdirilməsi

Biznesin elmi-texniki mühiti texnologiyalar, materiallar, son məhsullardır. Bu amilləri həm ənənəvi həm də yeni,yeni perspektiv kimi qiymətləndirmək olar.

Biznesin vəziyyəti dövlətin siyasətindən də xeyli dərəcədə asılıdır. Biznesin siyasi mühiti dövlətin daxili və xarici siyasətini, Konstitusiya və iqtisadi hüququ, dövlət qurumlarını və ictimai təşkilatları əhatə edir.

	Siyasi və hüquqi mühit		
Daxili və xarici Siyasət	←	→	Konstitusiya və iqtisadi
SUBYEKTLƏR		VASİTƏLƏR	
-qanunverici ,icraedici və məhkəmə hakimiyyət orqanları -siyasi partiyalar və ictimai təşkilatlar		- qanunlar və qərarlar - normalar və qaydalar - proqramlar	
Federal,regional və yerli			



Sxem1.Biznesin siyasi və hüquqi mühitinin xarakteristikası

Bütün bu amillər biznesə bu və ya digər dərəcədə stimullaşdırıcı və ya məhdudlaşdırıcı təsir göstərir.

Biznes konkret cəmiyyətdə yaşayan insanların tələbatını ödəmək üçün həyata keçirilir. Bu cəmiyyət həmin insanların əsas baxışlarını , dəyərlərini və əxlaq normalarını formalasdırır. Bu rəliqlərə əhəmiyyət verməmək mümkün deyil. Ona

görə də biznesdə muvəffəqiyyət və ya uğursuzluq müəssisənin fəaliyyətində bu amillərin nə dərəcədə nəzərə alınmasından bilavasitə asılıdır.

Bütün bu amillər biznesə bu və ya digər dərəcədə təkanverici və ya məhdudlaşdırıcı təsir göstərir.

Biznes baxışları, dəyərləri və davranış normalarını formalaşdıran konkret cəmiyyətdə yaşayan insanların ehtiyaclarını ödəmək üçün həyata keçirilir. Bu reallıqları qulağardına vurmaq mümkün deyil. Ona görə də biznesdə uğur və ya uğursuzluq həmin amillərin müəssisənin fəaliyyətində nə dərəcə nəzərə alındığından asılıdır.

Müəssisə insanları işə qəbul edir, insanlara mal satır, onlardan mal alır, insanlar tərəfindən idarə olunur və insanlara məxsusdur. Buna görə transmilli şirkət insan qrupları və ya birlikləri arasında fərqləri nəzərə almalı, onların münasibətlərini və hərəkətlərini nəzarətdə saxlamalıdır.

Xaricdə fəaliyyətə başlayacaq şirkət başqa ölkədə adi işgüzar fəaliyyətin öz ölkəsində qazanılan təcrübədən və ya rəhbərliyin görmək istədiyi idealdan nələrle fərqləndiyini təyin etməlidir. Fərqlər varsa, beynəlxalq əməliyyatların rəhbərləri öz fəaliyyətlərini əlaqələndirməlidirlər.

Bəzi fərqlər, məsələn geyim fərqləri zahirən göründüyü halda, digərlərini ayırd etmək daha çətinidir. Məsələn, bütün insanlar müəyyən hallarda öz mədəniyyətlərində kök salmış tərzdə reaksiya verirlər və adətən başqa mədəniyyətlərin təmsilçilərindən də eyni reaksiya gözləyirlər. Həmçinin eyni səviyyədə mövqe və ya vəzifə tutan insanlar da onların vəzifə və ya imtiyazlarının eyni olacağını düşünürlər. Mədəniyyət sahəsində belə gümanlar özünü doğrultmaya bilər.

Əlbəttə, doğma ölkənin və başqa ölkənin mədəni normalarındakı bütün fərqləri öyrənmək mümkün deyil, lakin tohbərlər biznes üçün daha çox problem yaradacaq mədəni fərqləri ayırd edə və davranışdakı bəzi incəliklərə daha yaxşı biziqlana bilərlər.

Hər ölkəyə xas olan və işin aparılması üsullarına təsir (göstərən müəyyən fiziki, demoqrafik və davranış normaları mövcuddur.

Milli dövlətə çıxış nöqtəsi kimi nəzər salaraq unutmamaq lazımdır ki, bəzi ölkələrdə olan şərtlərin variantları digərlərindən xeyli çoxdur. Bəzi ölkələrdə coğrafi və iqtisadi əngəllər insanların bir bölgədən digərinə gediş-gəlişinə və beləliklə onların qarşılıqlı fəaliyyətinə maneə ola bilər. Bundan əlavə, qanunların "mərkəzdənqaçması", müvafiq dövlət orqanları bölgələr arasında fərqləri daha da artırmağa bilər, dil, dini və etnik fərqlər isə bəzi hallarda əhalinin birləşməsinə mane olur. Məsələn, bütün sadalanan əlamətlərə görə Hindistan Danimarkadan qat-qat rəngarəngdir.

Şübhəsiz ki, milliyət insanları birləşdirən yeganə amil deyil. Hər kəs, məsələn peşəsinə, yaşına, dininə və yaşadığı YERƏ GÖRƏ müəyyən sosial qrupa aiddir. Bu və ya digər yollarla müəllif ölkələrdən olan insan qruplarını eyni ölkədəki müxtəlif qruplarla nisbətən daha sıx birləşdirən bir çox ümumi xüsusiyyətlər mövcuddur. Məsələn, şəhər sakinləri müəyyən əlamətlərilə kənd əhalisindən fərqlənir; rəhbərlərin işlə bağlı münasibətlərin cəmi istehsalatda çalışan fəhlələrinkindən başqadır. Ona görə də ölkələri müqayisə edərkən müvafiq qrupları yaxından öyrənməliyik. Məsələn, şirkət ingilis və fransız alimlər qruplarının necə birgə çalışacaqlarını öyrənmək istəyirsə, ən düzgün yolun ingilis və fransızlar arasında ümumi və fərqli cəhətlərin müəyyənləşdirilməsi deyil, problemlərin həllinə yanaşmadakı hər iki qrupun daxili fərqləri öyrənməkdir.

Hər ölkənin sakinlərinin fiziki xüsusiyyətləri arasında mühüm fərqlər olsa da, adətən bəzi əsaslı səciyyəvi xüsusiyyətlər olur. Beynəlxalq sahibkarlıqla məşğul olanlar biznesə təsir göstərən bəzən çox incə fərqləri ayırd etməyə borcludurlar. Məsələn, əhalinin bəzi xəstəliklərə qarşı həssaslığı əczaçılıq məhsulları bazasına təsir göstərə bilər. Amma bu amil nə avtomobil bazasına, nə də əczaçılıq şirkətlərinin mühasibatına təsir göstərəcək.

İnsanın ən nəzərəçarpan əlaməti onun zahiri görünüşüdür. Bir çox zahiri fərqləri görmək asan olsa da, xaricilərin gözüne görünməyən bir çox incə xüsusiyyətlər olur. Məsələn, Asiya ölkələrində Qərb şirkətlərinin reklamlarda şərqilərin milli mənsubiyyətini səhv saldıqlarından şikayətlənirlər. Belə ki, onlar bəzən yaponları çinli, koreyalıları isə tailandlı adlandırırlar.

Düşünmək olar ki, ayrı-ayrı şəxslərin paltar ölçüləri aşkar fərqləndirici xüsusiyyətdir. Buna baxmayaraq, bir ABŞ şirkəti bu ölkədəki ölkələr əsasında istehsal edilmiş geniş kişi şalvarlarını Yaponiyada sata bilməmişdir. Şirkət paltarın parametrlərinin müəyyənləşdirilmə-sindəki səhvi ayırd edincə daha incə yapon ölçülərinə uyğun paltar tikən rəqib şirkət bazarı ələ keçirdi.

Fiziki fərqlər məhsulun parametrlərinə dəyişikliklər edilməsi, maşın avadanlığının hündürlüyünün təyin edilməsində, reklam xəbərlərinin seçilməsində nəzərə alınmalıdır.

Bir neçə ölkədə iş aparan sahibkarlar nəticələrin heç də həmişə iqtisadi modellərlə izah olunmadığının fərqinə varırlar. İş adamları mədəni fərqlərin və onlara göstərilən reaksiyanın ifadə olunmasında çox ehtiyatlı davranmalıdırlar. Son illərdə aparılan təhqiqatlara əsasən, mədəniyyətin bəzi cəhətləri ölkədən ölkəyə xeyli fərqlənir və biznesin aparılmasına mühüm təsir göstərir.

1. Biznesin demografik mühiti əhalinin sayı, yaş və cins tərkibi, məşğulluğu, təhsil səviyyəsi ilə müəyyənləşir. Bütün bunlar müəssisənin fəaliyyətində nəzərə alınmalıdır (şəkil 2).

2. *Təbii-coğrafi mühit* biznesin həyata keçirildiyi təbii şərait və ekoloji vəziyyət deməkdir. Burada xammalın və enerji sərvətlərin mövcudluğu və əlçatan olması, iqlim şəraiti, habelə çirklənmə və təbii tarazlığın nə dərəcədə pozulması nəzərdə tutulur. Biznesin təbii-coğrafi mühitinin tərkibi:

1. *Mühitin sərvətləri:*

- torpaq
- su
- bioloji
- mineral-xammal
- yanacaq-energetik
- iqlim
- rekreasiya (istirahət)

2. *Mühitin keyfiyyəti:*

- sərvətlərin mövcudluğu və əlçatan olması

- torpaqların məhsuldarlığı
- ekosistemlərin məhsuldarlığı
- il fəsülərinin müddəti
- çirklənmə və təbii tarazlığın pozulması dərəcəsi.

Biznesin demoqrafik mühiti		
əhali		
Tərkibi	Məşqulluğu	Hərəkətliliyi
*yaş və cins tərkibi * ailə tərkibi *yaşayış yerinə görə *milli tərkibi	*fəaliyyət növlərinə və peşələrə görə paylanması	• daxili və xarici miqrasiyalar • daimi, müvəqqəti, dövrü • miqrasiya Balansları
Dinamika *sayı *doğum faizi *ölüm faizi *artım		Təhsil səviyyəsi *şagird və tələbələrin sayı *müxtəlif səviyyəli təhsil alanların sayı *yüksək ixtisaslı mütəxəsislərin hazırlanması

↓

Tələbatın konyuk turası və bazarların həcmi Bazar hissələrinin (segment) yaranması Əmək bazarının formalaşması və işçi qüvvəsinin yenidən paylanması
--

Biznesin yerləşməsi xarici mühitin bir çox amillərilə, ilk növbədə isə nəqliyyat şəraiti, əmək qüvvəsinin, xammal, material, enerji və s.-nin olması ilə bağlıdır. Bu amillər müəssi-sələrin yerləşməsinə, xammalın gətirilməsi üçün çəkilən məsrəflərə, rınəhsulun satışına və əmək qüvvəsinin istifa-dəsinə təsir göstərir. Həmin amillərin və məsrəflərin qiymətləndirilməsi müəssisəni makrosəviyyədə, yəni sözügə-dən biznesin uğurlu apanlacağı konkret ölkə, bölgə və ərazidə uğurla yerləşdirməyə imkan verir.

2.4. Biznesin daxili mühiti

Biznesin daxili mühiti daxili planlaşdırma və idarəetmə prosesində müəssisə tərəfindən tənzimlənə bilən məhsul (xidmət) istehsalı və satışı şərtlərini əhatə edir. Müəssisənin fəaliyyəti zamanı mütləq nəzərə alınmalı olan, lakırı dəyiş-dirilməsi mümkün olmayan xarici mühitlə daxili mühit arasındakı fərq məhz bundan ibarətdir.

Daxili şərtlər sırasına müəssisənin quruluşu, məqsəd və vəzifələri, istehsalat texnologiyası və insanlar, onların (labiliyyəti, ehtiyacları, ixtisası aiddir. Bütün daxili amillər bir-biri ilə bağlıdır (şəkil 3). Onlardan birinin dəyişməsi rnyəyyən dərəcədə bütün başqalarına təsir qöstərir.

Sahibkarın vəzifəsi daxili amillərin hamısının işin müvəffəqiyyətinə təsir dərəcəsini bil-mək və lazım gəldikdə onu lazımı istiqamətdə dəyişdirməkdir. Ona görə də daxili mühit amillərini şirkət rəhbərliyi daim diqqətdə saxlamalıdır.

Bu amillərin əsas xarakteristikalarına qısa nəzər salaq. Şəkildən göründüyü kimi, daxili amillərin mərkəzində müəssisənin məqsədləri durur. Bu da təsadüfi deyil, çünki məqsəd müəssisə kollektivinin əldə etməyə səy göstərdiyi son durum və ya arzu olunan nəticədir. Planlaşdırma zamanı müəssisə rəhbərliyi məqsədləri müəyyənləşdirərək onları kollektivə bildirir. Bu proses kollektivin bütün üzvləri arasında (üçlü əlaqələndirmə mexanizmini ehtiva edir, çünki onların nə etməli olduqlarını bilmək imkanı verir. Məqsədlərin müəyyən-ləşdirdiyi istiqamət rnyəssisə rəhbərliyinin bütün sonrakı qərarlarında özünü göstərir.

Müəssisənin məqsədləri çərçivəsində hər bölmənin də qarşısında məqsədlər qoyulur. Hər bölmənin məqsədi müəssisənin inkişafına konkret töhfə olmalı və digər bölmələrin vəziyyəti ilə ziddiyyət təşkil etməməlidir.

Daxili mühitin çox mühüm ünsürü müəssisənin quruluşudur. Müəssisənin quruluşu olaraq müəssisənin məqsədlərini ən səmərəli şəkildə əldə ediləcək şəkildə düzənlənən idarəetmə səviyyələri və funksional sahələrinin məntiqi baxımdan qarşılıqlı münasibətləri başa düşülür.

Burada məqsəd müəssisəyə həm baş verən dəyişikliklərə daim uyğunlaşmağa imkan verəcək, həm də bu prosesə fəal yardım göstərəcək təşkilati quruluş yaratmaqdan ibarətdir. Belə ki, məhz quruluş müəssisənin strategiyasının (deməli, həm də bazarın tələblərinin də) ardınca gəlir. Bu cür uyğunlaşmanı mümkün etmək üçün ətraf mühitin şərtlərinə tam uyğun gələn təşkilati quruluş gərəkdir.

Quruluşun bərqərar olunması əmək bölgüsünə əsaslanır. Bütün işin tərkib hissələrinə bölünməsi əməyin üfüqi bölünməsi adlanır. Bu, eyni sayda adam ayrı-ayrılıqda çalışdığı təqdirdə əldə edilə biləcəyindən xeyli daha çox məhsul istehsal etməyə imkan verir. Müxtəlif müəssisələrdə əməyin üfüqi bölgüsü də müxtəlifdir və istehsalatın miqyası və mürəkkəbliyindən asılıdır. Müəssisə nə qədər iri və mürəkkəbdirsə, əmək bölgüsü dərəcəsi də bir o qədər yüksəkdir.

Əməyin üfüqi bölgüsü əsasında müəssisədə konkret spesifik tapşırıqları yerinə yetirən bölmələr yaranır. Adətən onlar şöbə və ya xidmət adlanır.

Təşkilatda adamların fəaliyyəti tərkib hissələrə bölünməyindən bu fəaliyyətin səmərəli olması üçün onu kimsə əlaqələndirməlidir. Bu əsasda da əməyin şaquli bölgüsü həyata keçirilir.

Beləliklə, təşkilatda əmək bölgüsünün iki daxili təbii forması var. Birincisi əməyin ümumi fəaliyyətin hissələri olan ünsürlərə bölünməsidir. İkincisi, yəni əməyin şaquli bölgüsü adamların hərəkətlərinin əlaqələndirilməsi işini hərəkətlərin özündən ayırır.

Təşkilatda əmək bölgüsünün daha bir istiqaməti vəzifələrin (məsələlərin) xülasə (formula) edilməsidir. Vəzifə (məsələ) əvvəlcədən göstərilən üsulla və göstərilən müddət ərzində yerinə yetirilməli olan iş, işlər silsiləsi və ya işin bir

hissəsidir. Texniki nöqteyi-nəzərdən vəzifələr (məsələlər) işçiyə yox, ştat vəzifəsinə tapşırılır. Rəhbərliyin quruluş haqda qərarı əsasında hər ştat vəzifəsi təşkilatın məqsədlərinə çatmaq üçün zəruri töhfə olaraq nəzərdə tutulan bir sıra vəzifəni (məsələni) əhatə edir. Bu və ya digər vəzifə (məsələ) tapşırılan üsul-la və tapşırılan müddətdə yerinə yetirilərsə, təşkilatın müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərəcəyi gümar) edilir.

Ən mühüm daxili amil texnologiyadır. Texnologiyayı materiallarda, məlumatlarda və ya insanlarda arzu olunan dəyişiklik etmək üçün zəruri olan peşə vərdişlərinin, avadanlığın, alətlərin və müvafiq texniki biliklərin cəmi kimi tərif etmək olar.

Vəzifələr (məsələlər) və texnologiya bir-biri ilə sıx bağlıdır. Vəzifənin yerinə yetirilməsi konkret texnologiyanın istehsalda daxil olan materialın istehsaldan çıxan fəməyə gevrilməsi vasitəsi kimi istifadə edilməsini əhatə edir. Mahiyyətinə görə texnologiya xammalı arzu olunan məhsula govrlməsi vasitəsidir.

Lakin kollektivdə əməkdaşlıq olmadan heç bir texnologiya fayda verməz, heç bir vəzifə yerinə yetirilə bilməz. Rəhbərlik təşkilatın nəzərdə tutulan məqsədlərini həyqaları vasitəsilə əldə edir. Deməli, məhz adamlar müvəffəqiyyətin mərkəzi amilidir. İnsan amilini anlamaq və uflurla idarə etmək çox çətinidir. İnsanın cəmiyyətdə davranışı fəaliyyətin fərdi xüsusiyyətləri və xarici mühitin mürəkkəb birləşməsinin nəticəsidir.