Mühazirə 2. Sahibkarlıq mühiti

PLAN:

1. Sahibkarlıq fəaliyyətinin xarici mühiti
2. Sahibkarlıq fəaliyyətinin daxili mühiti və onun əsas amilləri
3. Sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin zəruri şərtləri
4. Sahibkarlıq texnologiyası və texniki elementləri

İstifadə olunmuş 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.

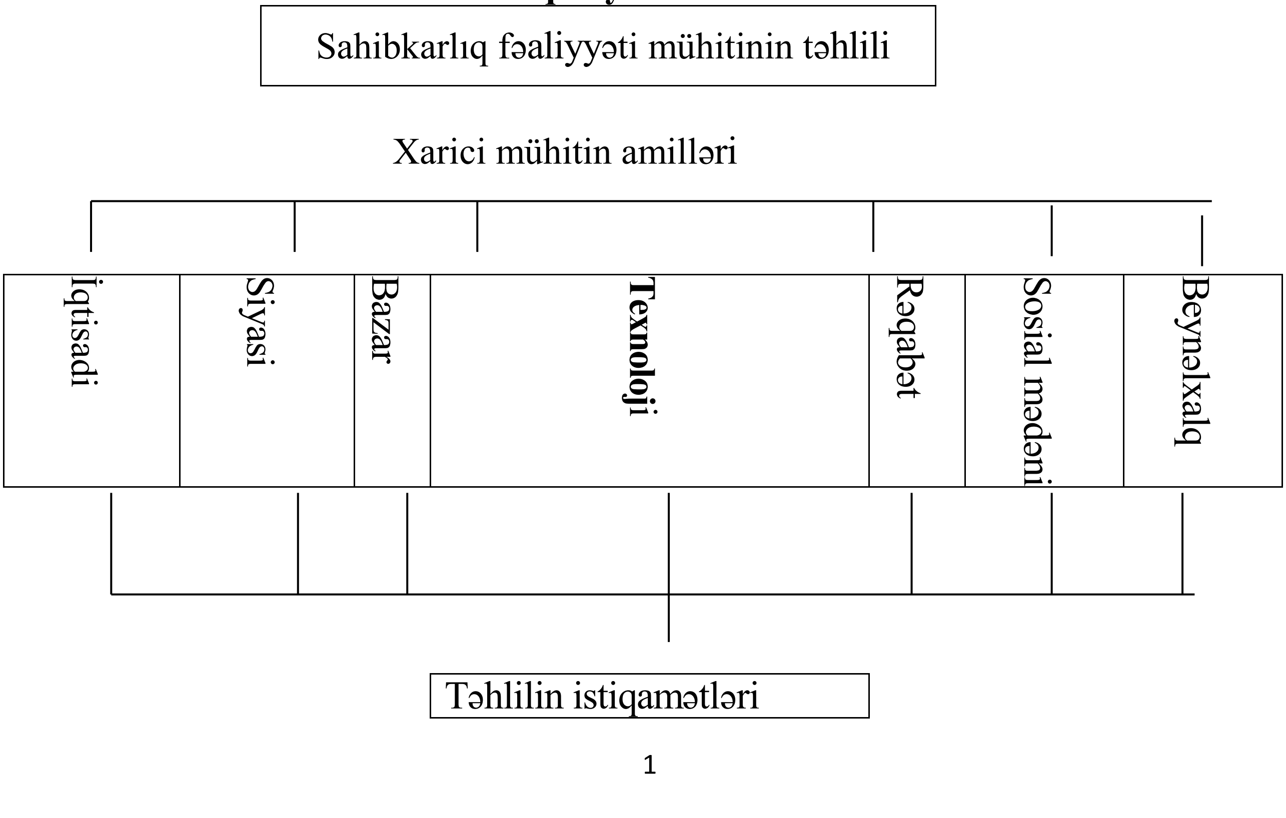
1. Sahibkarlıq fəaliyyətinin xarici mühiti

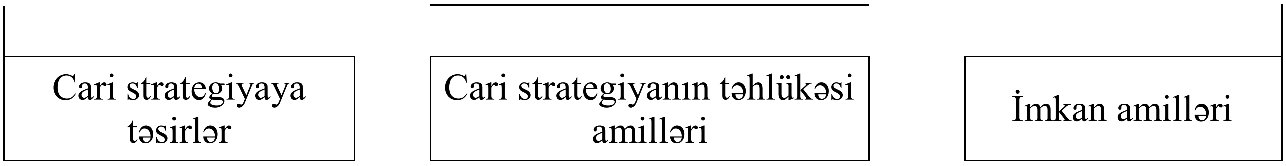
Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən hər bir şəxs sahibkarlıq mühitini qiymətləndirməyi bacarmalıdır. Bazarın kontingentləri (satıcılar və alıcılar; sahibkarlar və muzdlu işçilər; kreditorlar və borc götürənlər) təcrid olunmuş şəraitdə yaşaya bilmirlər, onlar müəyyən mühitdə fəaliyyət göstərir və öz mövqelərini bu baxımdan müəyyənləşdirirlər. Heç bir ciddi sahibkar sahibkarlıq mühiti ilə əlaqədar riski təhlil etməyincə bu və ya digər fəaliyyətə vəsait qoymağa qərar verməz.

Sahibkarlıq mühiti xarici və daxili mühitə bölünür.

İqtisadi ədəbiyyatda sahibkarlığın *xarici mühitinə* aşağıdakılar aid edilir: iqtisadi, siyasi, hüquqi, sosial-mədəni, texnoloji, coğrafi və infrastruktur amilləri. (Sxem 1).

Sxem 1. Sahibkarlıq obyektinin xarici mühitinin təhlili





İqtisadi mühit geniş anlayış olsa da sahibkarlığın imkişafı baxımından ona ilk növbədə əhalinin alıcılıq qabiliyyətini, başqa sözlə, alıcıların xərcləyə biləcəkləri pul vəsaiti kəmiyyətini aid etmək olar. Çünki o, sahibkarlığın məqsədinə nail olmaq, yəni mənfəət əldə etmək vasitəsidir. Alıcıların pul vəsaitinin az və ya çox olması onların alacağı əmtəələrin və istifadə edəcəyi xidmətlərin növlərini, kəmiyyətini bu əmtəələrə və xidmətlərə görə ödəməyə hazır olduqları məbləği müəyyən edir. Bu məbləğ nə qədər çox olarsa, sahibkarlıq fəaliyyəti üçün daha əlverişli mühit yaranmış olar. Bununla əlaqədar iqtisadi mühitə iş yerlərinin mövcudluğunu və məşğulluq səviyyəsini aid etmək olar. Məşğulluq səviyyəsi yüksək olduqca əhalinin gəlirləri də yüksək olur.

İnflyasiya, kredit əldə etmək imkanları, dövlətin sahibkarlığa müxtəlif maliyyə güzəştləri, yardımları və başqalarını da iqtisadi mühitə aid etmək olar. İnflyasiya istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətini və uyğun olaraq tələbi azaldır, habelə, sahibkarlıq fəaliyyətinə uzun müddətli vəsait qoyuluşunu səmərəsiz edir.

Bütün ölkələrdə sahibkarlar ictimai mühitdə fəaliyyət göstərirlər və bu mühit onların cəmiyyətdə mövqeyini, fəaliyyət istiqamətini, bu fəaliyyətin metodlarını və prinsiplərini müəyyənləşdirir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin təşəkkülünə və inkişafına bu və ya digər dərəcədə təsir göstərən amillərin məcmusu da sahibkarlıq mühitinin təşkil edicilərindəndir.

Siyasi mühit. Sahibkarlığın inkişafı üçün siyasi mühit iqtisadi mühitdən heç də az əhəmiyyət kəsb etmir. Sahibkarlıq fəaliyyəti siyasi mühitə çox həssasdır. Hökumətin iqtisadi siyasəti, siyasi məqsədləri və vəzifələri, iqtisadiyyatı idarəetmə üsulları sahibkarlığın inkişafını stimullaşdıra və ya ləngidə bilər. Hökumətin ictimai və xüsusi bölməyə münasibəti xüsusi sahibkarlığın inkişafını sürətləndirər və ya buna mane olar.

Sahibkarlıq fəaliyyəti üçün siyasi sabitlik xüsusilə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sahibkarlıq gələcəyin qeyri-müəyyənliyini sevmir. Çünki o, öz vəsaiti ilə risk edir və mümkün qədər bu riskin az olmasını istəyir. Siyasi sabitlik, hökumətin ardıcıl, dönmədən və inamlı siyasəti sahibkarları da öz fəaliyyətlərini bu siyasətə müvafiq inamla həyata keçirməyə sövq edir. Siyasi vəziyyət sahibkarlıq fəaliyyətinin müxtəlif tərəflərini tənzimləyən qanunvericilik aktlarının qəbul edilməsini labüd etməklə də sahibkarlığın inkişafına təsir edir.

Hüquqi mühit. Sahibkarlıq fəaliyyətində bu fəaliyyətin hüquqi təminatları mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sahibkarlıq fəaliyyəti yalnız qanunvericiliyə əsaslanmaqla və qanunvericiliklə müdafiyə olunmaqla inkişaf edə bilər. Hər bir ölkədə qanunvericilik aktları ilə sahibkarlıq fəaliyyəti üçün hüquqi mühit yaradılmalıdır. Bu inzibati–amirlik sistemindən bazar iqtisadiyyatına keçən ölkələrdə xüsusilə vacibdir. İctimai mülkiyyətin hökmran olduğu inzibati-amirlik sistemində sahibkarlıq fəaliyyəti demək olar ki, qanunvericilik aktları ilə qadağan olunurdu, gəlir əldə etməyin yeganə mənbəyi ictimai istehsalda sərf olunan əmək idi.

Bazar iqtisadiyyatının formalaşdığı indiki şəraitdə sahibkar müəyyən işə başlayarkən riskə gedir, kapitalı və əmlakı ilə məsuliyyət daşıyır və bu fəaliyyətin qanunvericilikdə müdafiə olunmasını tələb edir.Müxtəlif mülkiyyət formalarının hüquq bərabərliyinin,

onlara münasibətdə ayrıseçkiliyə yol verilməsinin qanunvericilikdə təsbit olunması, bir sözlə, sahibkarlıq fəaliyyətinin hüquqi təminatı ən vacib, təxirəsalınmaz vəzifələrdəndir.

Respublikamızda sahibkarlıq fəaliyyətinin müxtəlif tərəflərini tənzimləyən, sahibkarların hüquqlarını və vəzifələrini müəyyənləşdirən bir sıra qanunlar ("Mülkiyyət", "Sahibkarlıq fəaliyyəti", "Müəssisə", "Xarici investisiyaların qorunması", "İcarə", "Fermer (kəndli) təsərrüfatı", "Antiinhisar fəaliyyəti", "İflas", "İnvestisiya" haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunları və digər qanun və qanunvericilik aktları) qəbul edilmişdir.

Sosial-mədəni mühit. Bu mühitə ictimai şüur, əxlaqi və dini normalar, əhalinin təhsil səviyyəsi, yaş-cins tərkibi, adət-ənənə, əhalinin ərazi yer dəyişməsi meyilliyi və s. aid edilə bilər. Sosial- mədəni mühitdən asılı olaraq adət və dini normalar alıcıların həyatına birbaşa təsir göstərir. Bunlar insanların həyat tərzini, zövqünü, dünya görüşünü, işə münasibətini formalaşdırır, onların müxtəlif növ əmtəələrə və xidmətlərə, əmək haqqı səviyyəsinə tələbatını müəyyən edir. Sosial-mədəni mühit müəyyən zövq və və modaya uyğun olan məhsullara əhalinin üstünlük verməsi ilə xarakterizə olunur. Burada sosial-psixoloji mühit mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sosial-mədəni mühit ayrı-ayn şəxslərin əmək fəaliyyətinə, öz növbəsində onların əmək haqqının həcminə, əmək şəraitinə güclü təsir göstərir. Respublikamızda bu mühitin sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli olduğunu demək olmaz. Çünki əhalinin müəyyən təbəqəsinin psixologiyasında sosializmin dəyərləri hələ də yaşamaqdadır.

Texnoloji mühit. elmi-texniki tərəqqinin inkişaf səviyyəsini əhatə edir. Sahibkarlıq fəaliyyəti həmişə müəyyən texnika və texnologiyadan istifadədən əsaslanır. Cəmiyyətdə elmin, texnikanın, texnologiyanın inkişaf səviyyəsi ənənəvi sahələrdə sahibkarlıq fəaliyyətinə əlverişli təsir etməklə yanaşı yeni sahibkarlıq fəaliyyəti sahələri yaradır. Minizavodların, minitexnikanın yaranması kiçik sahibkarlığın inkişafını sürətləndirir. Kompüter texnikasının inkişafı, informasiya işlənməsinin avtomatlaşdırılması, informasiya texnologiyası yeni sahibkarlıq fəaliyyəti sahələri yaratmışdır. Araşdırmalar göstərir ki, ticarət-sənaye əməliyyatları nə qədər çox avtomatlaşdırılırsa, bu zaman işçi qüvvəsinə olan tələb də bir o qədər aşağı düşür. Bunlar isə son nəticədə məşğulluq və əmək haqqının səviyyəsinə güclü təsir göstərir.

İnistitusional təşkilati-texniki mühit müxtəlif texniki strukturların yaradılması ilə xarakterizə edilir. Onların sayəsində kommersiya və işgüzar əməliyyatlar həyata keçirilir.

Təşkilati-texniki strukturlar özlüyündə aşağıdakıları birləşdirir:

- banklar (maliyyə xidmətinin göstərilməsi);

-topdansatış və pərakəndə ticarət müəssisələri (əmtəələrin bölüşdürülməsi üzrə xidmətlərin göstərilməsi);

-ixtisaslaşdırılmış firma və idarələr (xüsusi xidmətlərin, o cümlədən hüquqi, mühasibat, auditor xidmətlərinin göstərilməsi);

- təhsil müəssisələri (fəhlə və qulluqçuların hazırlanması); - bazarın öyrənilməsi üzrə agentliklər (bazar haqqında informasiyaların verilməsi);

- reklam agentlikləri (reklam fəaliyyəti);

- iş yerləri üzrə kontorlar (işçi qüvvəsinin axtarılmasına köməklik göstərilməsi); - nəqliyyat agentlikləri (məhsulların daşınması);

Coğrafi mühit. Sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirildiyi ərazinin coğrafi mövqeyi, təbii-iqlim şəraiti, təbii sərvətləri, avtomobil, su, hava, dəmir yol şəbəkəsi və s. coğrafi mühiti təşkil edir. Bu mühit sahibkarlığın bu və ya digər sahələrinin üstün inkişafına stimul yaradır, sahibkarlar tərəfindən ölkəyə investisiyaların yönəldilməsinin mühüm amillərini

təşkil edir. Azərbaycanda istehsalla əlaqədar sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün əlverişli təbii-iqlim şəraiti, həmçinin, təbii sərvətləri vardır. Respublikamızda bir sıra sosial-iqtisadi və siyasi amillərin təsiri, Ermənistanın ölkəmizə təcavüzü nəticəsində bu mühitdən sahibkarlıq fəaliyyəti üçün lazımi səviyyədə, istifadə etmək xeyli çətinliklərlə qarşı-qarşıya idi. Lakin 10 noyabr 2020 – ci ildə Ali baş komandanımız İlham Əliyevin güclü səyi və rəşadəti ilə ordumuzun qələbəsi nəticəsində biz dövlətimizin ərazi bütövlüyünü bərpa etdik və azad olunmuş əlverişli təbii-iqlim şəraitinə malik Qarabağ ərazisinin təbii sərvətlərindən istehsalla əlaqədar sahibkarlıq fəaliyyəti həyata keçiriləcək.

İnfrastruktur ünsürlər də sahibkarlıq mühitində mühüm yer tutur. Bu mühit sahibkarların qarşılıqlı əlaqələrinin yaradılmasına və ya kommersiya əməliyyatları aparılmasına, sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyinə kömək edən müxtəlif təşkilatlar şəbəkəsindən ibarətdir. Bu təşkilatların özləri də sahibkarlıq fəaliyyətinin bu və ya digər tələbatlarının ödənilməsinə xidmət edir və bu fəaliyyətin səmərəlilyinə əhəmiyyətli təsir göstərir.

2. Sahibkarlıq fəaliyyətinin daxili mühiti

Sahibkarlıq nöqteyi-nəzərindən müəssisə sistemdir. Əgər bu sistemin bir elementi dəyişirsə, onun digər elementləri də dəyişmə prosesinə məruz qalır. Bu dəyişmələri daxili dəyişmələr adlandırırlar.

Müəssisənin daxili mühiti sahibkarın bilavasitə təsirinə məruz qala bilən amillərdən ibarətdir. Yəni bu amillər sahibkar tərəfindən idarə oluna bilər.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin daxili mühitinin əsas amilləri

Sahibkarlıq fəaliyyətinin daxili mühitinin əsas amilləri aşağıdakılardır:

- sahibkarın məqsədi,
- məqsədə nail olmaq üçün seçiləcək texnologiya,
- seçilmiş texnologiyaya uyğun təşkilati struktur,
- struktur bölmələrin vəzifələri,
- qoyulan vəzifələrin icraçıları (işçiləri).

Sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi və uğur qazanması bir çox amillərin mövcudluğu və inkişaf səviyyəsi ilə bağlıdır. İqtisadi fəallığın xüsusi forması olan sahibkarlığın həyata keçirilməsi aşağıdakı elementlərin mövcudluğu şəraitində mümkün ola bilər:

1) sahibkarlıq ideyası,
2) sahibkarlıq ideyasına uyğun istehsal texnologiyası,
3) istehsal texnologiyasindan istifadə üçün tələb olunan texniki elementlər,
4) göstərilən üç elementlə yanaşı tələb olunna xammal, material və işçi qüvvəsinin əldə edilməsi üçün lazım olan sahibkarlıq kapitalı,
5) sahibkarın özü.

Sahibkarlıq ideyası əqli əməyin məhsulu olaraq bazarda mövcud olan (dərk olunan və ya olunmamış) konkret tələbatın ödənilməsinin yeni üsulları barəsində sahibkarın fikri və ya təsəvvürüdür. İctimai inkişafın yüksək səviyyəsi, elmi-texniki tərəqqi, ölkələrin iqtisadiyyatlarının inteqrasiyası və başqa bu kimi amillər sahibkarlıq ideyalarını daha nadir və daha da bahalı isehsal elementinə çevirmişdir. Hal-hazırda sahibkarlıq ideyalarının hazırlanması, toplanması və seçilməsi üzrə ixtisaslaşmış təşkilatlar mövcuddur. Həmin təşkilatlar, banklar və investisiya fondları, əmək və xammal birjaları kimi istehsal ehtiyatı üzrə ixtisaslaşmış satıcıya çevrilməkdədirlər. Bu sahə rəqabətin nisbətən zəifliyi, sahəyə

daxil olma maneələrinin mürəkkəbliyi və əvəz edici ideyaları qiymətə təsirinin zəifliyi nəticəsində yüksək mənfəətli sahəyə çevrilmişdir.

Sahibkarlıq ideyası sahibkarın konkret forma almış iqtisadi marağının ifadəsidir. Bu maraq sahibkarın daxili və xarici imkanları ilə bazarda tələbatın vəziyyətinin müqayisəsi nəticəsində meydana çıxır. Sahibkar həyata keçirəcəyi ideyanı özünün yaratdığı və ya mövcud olan ideyalar bankından seçir. İdeyalar bankı sahibkarın cari və gələcək fəaliyyət istiqamətləri müəyyən etməyə imkan verən ideyalar siyahısıdır. Sahibkarlıq ideyalarının toplanması sahibkarın istehsalın daim yeniləşdirilməsinə və genişləndirilməsinə, yeni tələbatların axtarılmasına olan ehtiyacı ilə səciyyələnir. Sahibkarlıq ideyalarının mənbələrinə aşağıdakıları aid etmək olar:

1) əmtəə bazasının strukturu,
2) ictimai istehsalda "struktur" və "coğrafi" boşluqlar,
3) elm və texnikanın yeni nailiyyətləri
4) istehsal olunan məhsulun yeni istifadə sahəsinin üzə çıxarılması,
5) alıcıların dərk olunmamış və ödənilməyən tələbatları.

Birinci ideyalar mənbəyi adətən təcrübəsiz sahibkarlar tərəfindən istifadə olunur. Belə ki, əmtəə bazarının strukturunun tədqiqi hər bir sahibkarın peşəkar fəaliyyətinin tərkib hissəsidir. Onların əsas məqsədi yeni ideyalar axtarışı deyil, irəli sürülmüş ideyaların iqtisadi cəhətdən əsaslandırılması və seçilməsidir.

İctimai istehsalın "struktur" boşluğu dedikdə, ölkədə tələbata malik olan, lkin istehsal olunmayan əmtəə və ya materiallar nəzərdə tutulur. İctimai istehsalın "coğrafi" boşluğu dedikdə isə ölkə bazarında tələbatın xaricdən idxal olunan məhsullar hesabına ödənilməsi nəzərdə tutulur.

§ 3. Sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin zəruri şərtləri

Sahibkarlığın iqtisadi fəaliyyət növü kimi formalaşdırılmasında müəyyən şərtlərin olması tələb olunur. Bu şərtlərə ilk növbədə iqtisadi, sosial, hüquqi və digər faktorları göstərmək olar.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadi şərtlərinə ilk növbədə əmtəə təklifi və həmin əmtəələrə olan tələb, əmtəələrin növləri *(hansı ki, alıcı tərəfindən əldə edilir),* pul vəsaitinin həcmi *(hansı ki, lazım olan əmtəənin əldə edilməsinə sərf edilir),* işçi qüvvəsinin və iş yerlərinin artıqlığı və çatışmazlığı, işçilərin əmək haqqının səviyyəsinə təsir edən amillər və s. aid edilir. İqtisadi vəziyyətə pul resurslarının həcmi, gəlirlərin səviyyəsi, investisiyaya yönəldilən kapitalın həcmi, həmçinin işgüzar əməliyyatları maliyyələşdirmək üçün istifadə ediləcək borc vəsaitinin məbləği əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti üçün zəmri olan iqtisadi şərtlərə ən müxtəlif təşkilati strukturlar daxildir. Onun da köməyi ilə sahibkarlar kommersiya əməliyyatlarını həyata keçirirlər. Bu strukturlara misal olaraq aşağıdakıları göstərmək olar: ***banklar*** - maliyyə xidməti göstərir; ***mal göndərənlər*** - xammal, materiallar, yarımfabrikatlar, yanacaq, eneqi, maşın, avadanlıqlarla təchizatını; ***topdansatış və pərakəndə ticarət strukturları*** - əmtəənin istehlakçılara çatdırılmasını; ***ixtisaslaşdırılmış firmalar*** - hüquq, mühasibat, vasitəçilik xidmətlərini; ***işədiizəltmə agentlikləri*** - işçi qüvvəsinə olan ehtiyaclann təmin edilməsini; ***sair agentliklər*** - reklam, nəqliyyat, sığorta, informasiya və rabitə xidmətlərini həyata keçirirlər.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin sosial şərtlərinə aşağıdakılar daxildir. Sahibkarlığın formalaşmasının sosial şərtləri hər şeydən əvvəl alıcının əmtəəni əldə edərkən

ona təsir edən zövq və moda ilə xarakterizə olunur. Müxtəlif mərhələlərdə bu ehtiyaclar dəyişə bilir. Çox hallarda sosial-mədəni mühitdən asılı olaraq sahibkarlıq fəaliyyətində mənəvi və dini normalar da əhəmiyyətli rol oynayır. Bu normalar istehlakçıların həyatına və onun vasitəsilə əmtəələrə olan tələbə birbaşa təsir edir. Sosial şərtlər eyni zamanda ayrı-ayrı fərdlərin fəaliyyətinə, bu isə öz növbəsində əmək haqqının həcminə və əmək şəraitinə təsir edir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan sahibkar öz işçilərinin sosial məsələlərinin həllində iştirak etməli, sağlamlığın mühafizəsi və iş yerlərinin saxlanılmasını təmin etməlidir.

Sahibkarlığın formalaşmasında sahibkar kadrların hazırlanması və ixtisaslarının yüksəldilməsi mühüm rol oynayır. Bu sistemə ilk növbədə müasir şəraitdə sahibkarlıq fəaliyyəti göstərilməsinin təşkili, kadrların təlimi və yenidən öyrədilməsi, inkişaf etmiş ölkələrdə təcrübə keçilməsi, sahibkarlara təlim keçilməsi üzrə müəllimlərin hazırlanması və təşkili, məsləhət mərkəzlərinin yaradılması və s. aid edilir.

Hər hansı sahibkarlıq fəaliyyəti müvafiq hüquqi mühitin formalaşmasını tələb edir. Odur ki, iqtisadiyyatda sahibkarlıq fəaliyyəti üçün zərufifiüquqi şəraitin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu ilk növbədə sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli şəraitin yaradılmasını, sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi ilə bağlı qanunların qəbul edilməsini nözərdə tutur. Bundan əlavə sahibkarlıq fəaliyyəti üçün hüquqi şərtlərin formalaşdırılması həm də müəssisələrin yaradılması və qeydiyyatdan keçirilməsi ilə bağlı qaydaların sadələşdirilməsini, sahibkarların dövlət bürokratizmindən müdafiəsini, xarici ölkələrlə birgə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafını, istehsal təyinatlı sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanlardan vergi tutulmasının təkmilləşdirilməsini özündə əks etdirir. Yuxarıda adları çəkilən hüquqi şərtlər kompleksinə həm də xırda sahibkarlığın inkişafına kömək məqsədilə regional mərkəzlərin yaradılması, statistik uçot və hesabat formalarının təkmilləşdirilməsi daxildir. Sahibkarlığın hüquqi şərtlərinin formalaşdırılma- sında ilk növbədə mülkiyyət hüququ və müqavilə öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət edilməsi də daxil olmaqla sahibkarlıq fəaliyyətinə hüquqi təminatın yaradılması ilə bağlı qanunvericilik aktlarının hazırlanması da mühüm rol oynayır.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin zəruriliyini ilk dəfə elmi nöqteyi-nəzərdən məşhur iqtisadçı Filipp Kotler tərəfindən əsaslandırmış və sahibkarlığın hüquqi cəhətdən müdafiə edilməsi ilə bağlı onun üç əsas faktorunu ön plana çəkmişdir. Odur ki, iqtisadi ədəbiyyatda sahibkarlığın hüquqi şərtlərini araşdırarkən Kotler faktorundan da istifadə edilir. Bu foktorlar aşağıdakılardır:

1) Firmaların bir-birindən müdafiəsinin zəruriliyi. Elə qanunvericilik aktları hazırlanmalıdır ki, kommersiya əməliyyatları zamanı firmaların xüsusi maraqlarına digər firmalar tərəfindən toxunulduqda o, neytrallaşdırılsın. Məhz bu amili əsas götürərək dövlət tərəfindən xoşməramlı olmayan rəqabətin qarşısının alınması ilə bağlı qanunvericilik aktları qəbul edilməli və həyata keçirilməlidir.

2) İstehlakçıların xoşməramlı olmayan rəqabət mühitindən mühafizə edilməsinin zəruriliyi. Buraya ilk növbədə alıcıların reklam vasitəsi ilə aldadılması, onlara keyfiyyətsiz malların satılması, qiymətlərin səviyyəsinin heç bir obyektiv səbəb olmadan qaldırılması və s. daxildir.

3) Sahibkarlıq fəaliyyəti heç də həmişə yüksək həyat şəraitinin yaradılmasına təminat vermir. Məhz bu prinsipin özü ilk dəfə iqtisadi praktikada sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin zəruriliyini ön plana çəkmişdir.

4. Sahibkarlıq texnologiyası və texniki elementləri

Texnologiya məhsulun hazırlanması prosesində istifadə olunan metodların, üsul və bacarıqların məcmusudur. İstehsalın təşkili və idarə edilməsi metodları da texnologiya anlayışına aid edilir. Hər hansı ideyanın həyata keçirilməsi müxtəlif texnologiyalar vasitəsi ilə mümkündür. Buna görə də sahibkar konkret ideya üçün ən səmərəli və ən əlverişli texnologiyanı seçməyi bacarmalıdır. Texnologiyanın seçilmə prosesi seçmə kriterilərinin müəyyən edilməsi, kriterilərin ümumi seçimdə əhəmiyyətlilik dərəcələrinin üzə çıxarılması və müxtəlif variantların həmin kriterilər üzrə qiymətləndiirlməsi əsasında aparıla bilər.

Texnologiya iri maşınlı sənayenin inkişafı ilə əlaqədar yaranmış xammalın emal metodları və xüsusisiyyətlərini əhatə edir. Hazırkı dövrdə sənaye istehsalı texnikası müstəqil elm sahəsi kimi inkişaf etmişdir. İstər ölkədaxili və istərsə də xarici təcrübədə onun dəqiq elmi anlayışları meydana gəlmişdir. Texnologiya istehsal prosesinin təkmilləşdirilməsinə, istehsalın təşkilinə, əl əməyinin ixtisar edilməsinə yönəldilir. Bütün bunların nəticəsində istehsal texnologiyası canlı və əşyalanmış əmək məsariflərinin aşağı salınmasına əsaslı şəkildə təsir edir.

Texnoloji proseslər müəyyən texnoloji təlabatlara uyğun olaraq hər hansı məhsulu hazırlamaq məqsədi ilə material və yarımfabrikatlarin formasını, ölçüsünü və quruluşunun ardıcıl olaraq dəyişdirilməsi prosesidir. Texnoloji intizam müəssisəsinin iqtisadiyyatı, sahibkarlıq, menecment elmi-texniki tərəqqinin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi ilə bilavasitə bağlı olub iqtisadi intizamla uyğunluq kəsb edir. Texnologiyanın iqtisadiyyatla bilavasitə əlaqəsi istehsal prosesində insanlar arasındakı münasibətlər çərçivəsində təzahür edir. Məhsuldar qüvvələrin müxtəlif komponentlərini əhatə edən münasibətlər, əmək prosesinin bu və ya digər momentləri öz-özlüyündə texnologiyaya aiddir. Onu bəzən "insan-elm-texnika-istehsal-iqtisadiyyat"ın qarşılıqlı təsir sistemi də adlandırırlar. Elm və texnika istehsal imkanlarının ən mühüm vasitə.si hesab edilir. İqtisadi nöqteyi-nəzərdən ancaq o texnoloji proseslər optimal hesab edilir ki, o, insanların maddi və mənəvi tələbatlarının ödənilməsini tam təmin etsin.

Hər hansı istehsal prosesində texnologiyanın səviyyəsi istehsalın iqtisadi göstəricisinə həlledici *təsır göstərir (istehsal xərcləri, mənfəət, rentabellik səviyyəsi və s.).* Ona görə də iqtisadçıların müasir texnoloji proseslər barədə kifayət qədər biliyə malik olması zəruridirsə, mühəndislərin yalnız iqtisadiyyatının müəyyən sahəsində biliklərə malik olması kifayətdir. Bu baxımdan sahibkar bu və ya digər biliklərə mütləq malik olmalıdır.