

Mövzu 9: Mikroiqtisadiyyatın başlıca subyekti- Firma (müəssisə)

P l a n

1. Firma və müəssisə anlayışı. Firmanın iqtisadi məzmunu.
2. Firma haqqında nəzəriyyələr.
3. Firmanın (müəssisənin) növləri və təşkilati - hüquqi formaları.

Firma və müəssisə anlayışı. Firmanın iqtisadi məzmunu.

Hər bir ölkənin mövcud təsərrüfatı ictimailəşmə dərəcəsinə görə bir neçə səviyyəyə ayrılır ki, onun da aşağı və ilk səviyyəsi mikroiqtisadiyyatdır. (Mikroiqtisadiyyat - yunan sözüdür, mikros - kiçik mənasını verir). Mikroiqtisadiyyat maddi nemətlərin və yaradılmasında mühüm rol oynayır. O, istehsal amilləri üzərində əsasən xüsusi mülkiyyət bazasında fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektləri kimi çıxış edir.

Buna uyğun olaraq, mikroiqtisadi təhlil bir tərəfdən sahə, firma və ev təsərrüfatı kimi müstəqil iqtisadi vahidlərin fəaliyyətini, digər tərəfdən ayrı- ayrı bazarların, əmtəə və xidmətlərin konkret qiymətlərini özündə ehtiva edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bəşər cəmiyyətinin müxtəlif inkişaf pillələrində müəssisələrin rolu və səviyyəsi eyni olmamışdır. Hər bir inkişaf mərhələsində istehsal vasitələri üzərində mülkiyyət formasına və iqtisadi inkişaf səviyyəsinə uyğun olan müəssisələr yaranmış və fəaliyyət göstərmişdir.

Bazar münasibətlərinin uzunmüddətli inkişafı dövründə firma təsərrüfat strukturu kimi əhəmiyyətli dərəcə almış və təkmilləşmişdir. Firma (italyanca- “ firma” sözündən götürülüb, hərfi mənası imza deməkdir) anlayışı ilkin dövrlərdə kommersantın “ ticarət adı” mənasını verirdi. İndi bu termin resurslardan məhsul istehsal edən mikroiqtisadi özəyi ifadə edir.

Tarixən firmanın (müəssisənin) yaranmasının ilk əsasını sadə əmək kooperasiyası və əmək bölgüsü təşkil edir. Məhsuldar qüvvələrin və istehsalın ictimai xarakterinin tədricən artması nəticəsində onların yeni formaları meydana gəlmiş, rolu və miqyası genişlənmişdir. Firmaların (müəssisələrin) rolunun daha da genişlənməsi özünü birinci növbədə maddi nemətlərin həcmnin çoxalmasında göstərir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində firma(müəssisə) sahibkar və biznes fəaliyyətinin subyekti, əsas struktur vahididir.

Ümumiyyətlə, bazar iqtisadiyyatı şəraitində təsərrüfat fəaliyyəti “ sahibkarlıq” və “ biznes” kimi anlayışlarla xarakterizə olunur. Sahibkarlıq fəaliyyətinə ayrıca fəsil həsr edildiyi üçün burada onun haqqında fikir mübadiləsi yürüdülməsinə ehtiyac qalmır.

Müasir iqtisadi ədəbiyyatda sahibkarlıq fəaliyyəti və biznes anlayışlarına, onların qarşılıqlı əlaqəsinə, ümumi və fərqli cəhətlərinə xüsusi fikir verilir. Bu anlayışlar arasındakı ümumi cəhətlər aşağıdakılardan ibarətdir:

- ◆ hər ikisinin reallaşdırılması bazar vasitəsilə baş verir;
- ◆ hər ikisinin bilavasitə məqsədi mənfəət əldə edilməsidir;
- ◆ hər ikisinin maddi marağın ödənilməsi əmtəə istehsalı və yaxud xidmətlər göstərilməsi ilə bağlıdır;
- ◆ hər ikisinin fəaliyyəti üçün zəruri iqtisadi mühit, hər şeydən əvvəl isə iqtisadi azadlıq şəraiti tələb olunur.

Məhz bu cəhətlərə böyük əhəmiyyət verən iqtisadçılar sahibkarlıq fəaliyyəti ilə biznesi eyniləşdirirlər. Müəyyən mənada bu fikirlərlə razılaşmaq olar.

Bazar iqtisadiyyatının təkmilləşməsi, inkişafı ilə əlaqədar olaraq biznes fəaliyyətinin iqtisadi təşkilində dəyişikliklər baş verir. Hər şeydən əvvəl, dövlətin və ictimai təşkilatların iqtisadi rolunun güclənməsilə əlaqədar olaraq sosial sifarişlərin xarakteri dəyişir. Dövlət yalnız sifarişçi kimi deyil, həm də biznes fəaliyyətinin tənzimləyicisi kimi çıxış edir. İkincisi, maliyyə- kredit sisteminin inkişafı ilə əlaqədar olaraq, biznes fəaliyyəti borc vasitələrindən daha çox istifadə edir və onlardan asılı olur. Bank sistemi biznes fəaliyyətinin xüsusi obyektinə çevrilir. Üçüncüsü, biznes fəaliyyətinin təşkili prosesində mülkiyyət münasibətlərində dəyişiklik baş verir. İdarəetmənin mülkiyyətdən ayrılması nəticəsində biznes fəaliyyətinin bilavasitə subyektə ixtisaslı idarəedicilər- menecerlər olur, ümumi nəzarət funksiyasını isə mülkiyyətçi özü yerinə yetirir.

Firmanın (müəssisənin) iqtisadi məzmununun təhlilində sahibkarlıq və biznes fəaliyyəti ilə yanaşı kommersiya fəaliyyətinə də nəzər yetirmək lazımdır. Kommersiya fəaliyyəti biznes fəaliyyəti ilə əlaqədardır. O, bilavasitə istehsal edilmiş məhsulların reallaşdırılması ilə məşğul olan ticarət sahəsini alqı- satqı münasibətlərinin əks etdirir.

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində kommersiya fəaliyyətini təkcə bir ticarət sferası ilə əlaqələndirmək iqtisadi fəaliyyətin bu formasının rolunu və əhəmiyyətini tam əks etdirmir və onu xeyli məhdudlaşdırır. Hazırda kommersiya fəaliyyətinə aşağıdakılar daxil edilir: sənaye, kənd təsərrüfatı, tikinti və s. müəssisələrin istehsal fəaliyyətindən törəyən ticarət əməliyyatları; ticarət, bank və digər müəssisələrin əmtəə və pulların dövriyyəsinə aid edilən ticarət əməliyyatları; əmtəələrin alıcıya doğru hərəkəti ilə bağlı onların daşınması, sığortası, qorunub saxlanması ilə əlaqədar olan nəqliyyat, sığorta və s. müəssisələrin ticarət əməliyyatları; ticarət fəaliyyətinin müxtəlif növ icarə, informasiya, injiniring və s. xarakterli xidmətlərlə təmin edilməsi üzrə əməliyyatlar və s.

Beləliklə, deyilənləri ümumiləşdirsək bu halda firma (müəssisə), ictimai tələbatın ödənilməsi və mənfəət alması məqsədilə, istehsal amillərini birləşdirməklə məhsul istehsal edib- satan, işlər görüb xidmətlər göstərən hüquqi şəxs olan təsərrüfat subyektə kimi qəbul edilməlidir.

İqtisadi ədəbiyyatda firma termini ümumiləşdirici anlayış kimi istifadə olunur: firma bir və ya bir neçə müəssisədən ibarət ola bilər. Müəssisə dedikdə isə, adətən, birprafilli, birməhsullu istehsal başa düşülür. Firma- işgüzar müəssisənin təsərrüfat- hüquqi vahididir. Sənaye və ya ticarət müəssisəsinin şərti adıdır, onun hüquqi cəhətdən ixtiyarı var ki, təsərrüfat fəaliyyətini öz mülkiyyət məsuliyyəti ilə həyata keçirsin. Firma sifəti ilə müəssisə, təşkilat, idarə və ya ayrı- ayrı şəxslər çıxış edə bilər. Təsərrüfat vahidinin ölçülərinin bu zaman heç bir əhəmiyyəti yoxdur. Firma hər şeydən əvvəl ədliyyə orqanları tərəfindən qeydə alınır, hüquqi şəxslərin dövlət reyestrinə daxil edilir. Firma fəaliyyətindən asılı olaraq adlı ola bilər.

Firmanın əsas funksiyası istehlakçıların tələbatını ödəmək üçün istehsal amillərini birləşdirməklə əmtəə və xidmətlər istehsalını təşkil etməkdən ibarətdir. Firmanın fəaliyyətində son məqsəd isə yüksək mənfəət götürməkdir. **Maksimum mənfəət əldə olunması məqsədi firma tərəfindən bir sıra taktiki və strateji**

məqsədlərin müəyyən edilməsi və reallaşdırılması ilə sıx bağlıdır. Bunlara əsasən aşağıdakılar aid edilir:

- ❖ **satışın həcmının artırılması;**
- ❖ **daha yüksək artım sürətinə nail olmaq;**
- ❖ **bazarda payın artırılması;**
- ❖ **qoyulmuş kapitalla nisbətən mənfəətin artırılması;**
- ❖ **kampaniyanın səhmlərinə görə gəlirlərinin artırılması;**
- ❖ **kapitalın quruluşunun dəyişdirilməsi.**

Firmanın məqsədlərinin xarakteri bütövlükdə iqtisadiyyatın vəziyyətilə, həmin müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sahənin inkişaf meylilə, eləcə də onun həyat tsiklinin mərhələsilə müəyyən olunur.

Firma qarşısında duran məqsədlər onun cari(qısa) və perspektiv (uzun) fəaliyyət dövrü üçün müəyyən edilmiş strategiyasından doğur. Bu strategiya firmanın fəaliyyət dövrünü (qısa və ya uzunmüddətli dövr) və rəqabət şəraitini nəzərə almaqla müəyyən edilir.

Strategiya, hər şeydən əvvəl, firmanın uzunmüddətli dövr üçün əsas məqsəd və vəzifələrinin seçilməsindən, bunlara çatmaq üçün resursların toplanması və bölgüsündən, ümumiyyətlə fəaliyyət kursunun müəyyən edilməsindən ibarətdir. Strategiyanın müdafiə və hücum xarakterli növləri fərqləndirilir. Müdafiə xarakterli strategiyada elmi- texniki tərəqqinin son nailiyyətlərinin tətbiqilə bağlı riskin azaldılmasına xüsusi diqqət verilir. Firma yeni texnika tətbiq edən rəqibinin fəaliyyətini izləyir və onun bazara çıxardığı yeni məhsuldan istehsal etməyə, hər bir rəqibini təqlid etməyə başlayır. Bununla yanaşı, müdafiə xarakterli strategiyaya firmanın rəqibinin fəaliyyətindən asılı olaraq (məs: rəqib bazara tam nəzarət edərsə) bazardan tamamilə çıxmaq və ya istehsalı yenidən qurmaq planlı daxil edilə bilər

Hücum xarakterli strategiyaya aşağıdakı dörd istiqamət daxil edilir:

- ❖ **Yeniləşdirmə strategiyası- burada yeniliklərin həyata keçirilməsi üçün resursların artırılması nəzərdə tutulur.**
- ❖ **Kvotanın diferensiasiyası (fərqləndirilməsi) strategiyası. Bu, yüksək mənfəəti təmin etməklə bazarın əsas hissəsinin firma üçün qorunması, saxlanılması məqsədinə xidmət edir.**
- ❖ **İnnovasiya strategiyası məhsul, xidmət və eləcə də əsas kapitalın istehsalının təzələnməsini, yeni texnologiyanın mənimsənilməsini nəzərdə tutur.**
- ❖ **Yeniliyin öyrənilməsi və bazar boşluğunun doldurulması strategiyası. Bu istiqamətin reallaşdırılması elmi- tədqiqat işlərinə çəkilən böyük xərclərlə və işgüzar risklə bağlıdır.**

Firma haqqında nəzəriyyələr.

İqtisadi ədəbiyyatda firmanın fəaliyyəti ilə əlaqədar olaraq müxtəlif nəzəriyyələr vardır.

Firma haqqında ənənəvi nəzəriyyə mənfəətin maksimumlaşdırılması nəzəriyyəsidir. Bu nəzəriyyədə firmanın fəaliyyətinin qarşısında duran əsas məqsəd ön

plana çəkilir və göstərilir ki, firmanın fəaliyyətində, davranışında əsas məqsəd mənfəəti maksimumlaşdırmaqdan ibarətdir.

Firmanın təsərrüfat fəaliyyətinin əsas daxili məqsədi (təbii məqsədi) mənfəət əldə etmək və onu mümkün qədər çoxaltmaqdan ibarətdir. Bu, təsadüfi deyil, çünki rəqabət şəraitində daha çox mənfəət almaq firmaya imkan verir ki, təsərrüfat vəziyyətini möhkəmləndirsin, əks halda o bazardan sıxışdırılıb çıxarıla bilər.

Bu nəzəriyyə iki ehtimala əsaslanır:

1. Mülkiyyətçilər firmanın fəaliyyətini idarə edir və onun işlərinə gündəlik nəzarəti həyata keçirirlər.

2. Sahibkarların yeganə arzusu- mənfəəti maksimumlaşdırmaqdır.

Nəzəriyyə son xərclərin son gəlirlərə nisbətən azaldılması şəraitində mənfəətin maksimumlaşdırılması haqqındakı tezisə əsaslanır.

Firma haqqında menecer nəzəriyyəsi, yəni satışdan alınan gəlirin maksimumlaşdırılması nəzəriyyəsi.

Müasir şəraitdə mülkiyyətin səhmdar forması həlledici rol oynayır. İdarəetmə funksiyalarını peşəkarlara həvalə etməklə əsil mülkiyyətçilər səhm sahibi olur və formal mülkiyyətçiyə çevrilirlər. Doğrudan az sayda mülkiyyətçi nəzarət səhm paketinə sahib olmaqla firmanın strateji fəaliyyətinə nəzarət edir. Amma söhbət korporasiyaların fəaliyyətindən bixəbər olan milyonlarla kiçik , orta və iri mülkiyyətçilərdən gedir. Beləliklə, firmanın fəaliyyətində, idarə olunmasında menecerlərin rolu getdikcə artır. İqtisadi həyatda baş verən belə dəyişikliklər firma haqqında **menecer nəzəriyyəsinin** yaranmasına gətirib çıxartmışdır.

Bu konsepsiya iki əsas amillə bağlıdır:

1. Operativ idarəetmə bilavasitə mülkiyyətçilər tərəfindən deyil, peşəkar menecerlər tərəfindən həyata keçirilir.

2. Menecerin əsas məqsədi satışın həcmi və bundan alınan gəliri maksimumlaşdırmaqdan ibarətdir.

Bir sıra səbəblər, həqiqətən, meneceri satış həcmi maksimumlaşdırmaqda maraqlı edir. Bu, hər şeydən əvvəl, onunla izah olunur ki, menecerin aldığı əmək haqqının, digər ödəmə və güzəştlərin miqdarı bilavasitə satılmış məhsullardan alınan pul məbləğindən asılıdır.

Bu konsepsiya sonralar təkmilləşdirilmişdir. Təkmilləşdirmə ilə əlaqədar məhsulların satışından əldə olunan pul vəsaitindən çoxalması ştat vahidlərini artırmağa, yeni layihələrin həyata keçirilməsinə şərait yaradır.

ABŞ- da Strateji planlaşdırma İnstitutu tərəfindən aparılmış tədqiqatın (1974) nəticəsində aydın olur ki, firmalar qısa müddət ərzində satış həcmi çoxaltmağa üstünlük versələr də , uzun müddət dövründə onları daha çox mənfəətin maksimumlaşdırılması məsələsi maraqlandırır.

Firmanın miqyasının maksimumlaşdırılması nəzəriyyəsi. Bu nəzəriyyənin yaradıcılarının fikirlərinə görə sahibkarların və menecerlərin ümumi bir məqsədi vardır: firmanın miqyasını maksimumlaşdırmaq. Menecerlər şəxsi status və qazanclarını artırmaq üçün buna çalışırlar. Müəssisə sahibləri isə varlanmaq məqsədilə onun aktivlərinin çoxalmasına can atırlar. Bu nəzəriyyəçilər arasında xüsusi yer tutan Marris qeyd edir ki, menecer tərəqqi edən firmanın adı iri firmaya çevrilməsinə çalışır.

Marrisin nəzəriyyəsində əsas halqa bölünməz mənfəət narması göstəricisidir. Firmanın bütün mənfəəti iki yerə bölünür: bir hissəsi səhmlərə görə dividend şəklində ödənilir, qalan hissə isə bölünməz qalır və istehsalın inkişafı fondunu əmələ gətirir. Mənfəətin bölünməz hissəsinin bölünən hissəyə nisbəti bölünməz mənfəət normasını və ya mənfəətin saxlanması normasını əmələ gətirir.

Əgər menecerlər mənfəətin çox hissəsini dividend şəklində ödəsələr, səhmdarlar razı qalarlar və səhm kursu qalxmağa başlayır.

İndi isə, fərz edək ki, menecerlər mənfəətin əsas hissəsini bölünməz saxlayırlar, bu firmanın genişlənməsi və istehsalı üçün yaxşıdır. Lakin səhmdarlar dividendin aşağı səviyyəsindən narazı qalaraq öz səhmlərini satmağa başlayırlar.

Beləliklə, mənfəətin iki hissəyə bölünməsi və mənfəətin saxlanması normasının müəyyən edilməsi sadə iş deyil, o bir sıra çətinliklərlə və ziddiyyətlərlə bağlıdır.

Firmanın miqyasının artırılmasının tərəfdarları əsas iki yolunu göstərir.

Birinci yol, əsasən kapitalın və istehsalın təmərküzləşməsilə, firmanın daxili artımı ilə xarakterizə olunur. **Firmanın daxili artım mənbələri kimi aşağıdakılar çıxış edir:**

- ❖ **Firmanın öz resuarı, ilk növbədə mənfəətin bölünməz hissəsi, müəyyən qədər də amortizasiya fondu.**
- ❖ **Banklardan və digər maliyyə- kredit təşkilatlarından alınan borc vasitələri.**
- ❖ **Qiymətli kağızların əlavə emissiyasından alınan vasitələr.**

İkinci yol isə udulma və qovuşma nəticəsində kapitalın və istehsalın mərkəzləşməsi ilə əlaqədardır.

Qovuşmanın (udulmanın) müxtəlif növləri vardır. əsas növləri bunlardır: üfüqi inteqrasiya, şaquli inteqrasiya və konqlomerasiya.

Üfüqi inteqrasiya adətən eynitipli məhsul istehsal edən və ya bir neçə texnoloji prosesin eyni mərhələsini həyata keçirən firmaların birləşməsi ilə müşahidə olunur. Üfüqi inteqrasiya istehsalın sahədaxili təmərküzləşməsi və mərkəzləşməsi ilə xarakterizə olunur.

Şaquli inteqrasiyada ümumi texnoloji prosesin müxtəlif mərhələlərini həyata keçirən firmaların birləşməsi baş verir. Belə inteqrasiya istehsalın sahələrarası təmərküzləşməsi və mərkəzləşməsilə xarakterizə olunur.

Konqlomerat texnoloji cəhətdən heç bir əlaqəsi, asılılığı olmayan müstəqil firmaların birləşməsi nəticəsində yaranır.

Son onilliklərdə mərkəzləşmənin və təmərküzləşmənin əksinə olan inkişaf meyli güclənməkdədir.

Firmanın davranışı haqqında nəzəriyyələr. Bu nəzəriyyənin tərəfdarları, əvvəlkilərdən fərqli olaraq göstərir ki, firmada çoxlu məqsədlər mövcuddur. Bu məqsəd və mənafeəlin məcmusuna aşağıdakılar daxildir:

- **yüksək əmək haqqı almağa, yaxşı əmək şəraitinə, texniki təhlükəsizliyə can atan fəhlələrin mənafeyi.**
- **hakimiyyətə, öz sosial statusunu, rütbəsini yüksəltməyə can atan menecerin mənafeyi.**
- **yüksək dividend almağı arzulayan səhmdarın mənafeyi.**

➤ **firmanın fəaliyyətinin iqtisadi göstəricilərini yaxşılaşdırmağa çalışan ali rəhbərlərin mənafeyi və s.**

Davranış nəzəriyyələri (bu istiqamət “ bixeviorizm” adlanır) yapon firmalarında daha geniş tətbiq olunur.

Davranış nəzəriyyələrinin çoxlu variantları mövcuddur. Bu variantlarda xüsusi və ümumi mənafehləri əlaqələndirmək üçün müxtəlif təkliflər verilir.

X. A. Saymon adlı nəzəriyyəçi tərəfindən təklif olunmuş üsul kompromisin seçilməsinə əsaslanır. Bütün mənafehləri eyni zamanda maksimum səviyyədə ödəmək mümkün deyil. Buna görə də mənafehlərin ödənilməsinin elə quruluşu seçilməlidir ki, hamısının mənafehinə maksimum olmasa da müəyyən səviyyədə ödəmək mümkün olsun.

Davranış nəzəriyyələrində xarici mühitin nəzərə alınmasına xüsusi fikir verilir. Xarici iqtisadi ədəbiyyatda firmanın davranışına aid 2000- dən yuxarı strateji nümunələr vardır. Bunlar firmaya xarici mühitdəki dəyişikliyə tez bir zamanda uyğunlaşmağa imkan verir. Xarici mühitə iqtisadi, siyasi, ekoloji, sosial şərait və s. aid edilir. Firmanın daxili quruluşu xarici mühitə adekvat, uyğun olmalıdır.

Firmanın (müəssisənin) növləri və təşkilatı- hüquqi formaları.

Məlumdur ki, iqtisadi sistemdə çoxlu sayda firmalar (müəssisələr) fəaliyyət göstərir. İqtisadi ədəbiyyatda bunlar müxtəlif meyarlar baxımından təsnifləşdirilir. Belə ki, firmalar(müəssisələr) mülkiyyət mənsubiyyətinə, fəaliyyətinin həcminə, sahəsinə, xarakterinə, əhatə etdiyi ərazi meyarına görə və s. fərqləndirilir.

Mülkiyyət mənsubiyyətinə uyğun olaraq firmanın (müəssisənin) xüsusi, kollektiv, dövlət və qarışıq formaları vardır.

Firmalar(müəssisələr) - fərdi(ailə), şərikli(tam ortaqlı), payçı və şərikli (ortaqlıqlar), məhdud məsuliyyətli müəssisələr, səhmdar cəmiyyəti və dövlət müəssisəsi kimi təşkilatı - hüquqi formalarda fəaliyyət göstərilir.

Fərdi(xüsusi) firma – biznes fəaliyyətinin ən klassik formalarından biridir. Belə firmalar adətən, fərdin və ya onun ailə üzvlərinin ümumi mülkiyyəti əsasında təşkil olunur. Bununla yanaşı firmalar başqa mülkiyyətçilərə məxsus olan müəssisələrin satın alınması yolu ilə də yaradıla bilər. Belə müəssisələrin idarə olunması adətən, sahibkarın özü tərəfindən həyata keçirilir. Bir sıra hallarda sahibkar müəssisənin idarə olunması menecerə həvalə edə bilər, lakin belə halda da müəssisənin fəaliyyəti üzərində ümumi nəzarət sahibkarın ixtiyarında qalır.

Fərdi firmaların biznes aləmində geniş yayılması onun bir sıra üstünlüklərlə bağlıdır. Bu üstünlüklərə aşağıdakılar aid edilir:

- **təşkilinin sadəliyi;**
- **fəaliyyət azadlığı** - *sahibkar öz fəaliyyətilə bağlı olan bütün məsələlər üzrə qərar qəbul edilməsində tam azaddır;*
- **güclü iqtisadi motivin olması** - *mənfəətin tamamilə sahibkara çatması.*

Bazar iqtisadiyyatı ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, xüsusi mülkiyyət artıq təkcə özünün klassik forması olan fərdi mülkiyyət formasında deyil, həm də kollektiv, kooperativ, qrup və s. formalarda çıxış edir. Belə müəssisələrə şərikli(tam ortaqlı), payçı və şərikli(birgə ortaqlıqlar), məhdud məsuliyyətli müəssisələr, kooperativlər, səhmdar cəmiyyətləri və s. aid edilir.

Şərikli(tam ortaqlı) müəssisə iki və daha artıq fiziki və hüquqi şəxs tərəfindən müqavilə əsasında təsis edilir. Şəriklər müəssisənin öhdəliklərinin yerinə yetirilməsinə görə bütün əmlakı ilə məsuliyyət daşıyırlar. Əgər fəaliyyət göstərən müəssisəyə sonradan hər hansı bir şərik daxil olarsa, bu halda o digər şəriklər kimi müəssisənin əvvəlki borclarına görə də bütün əmlakı ilə məsuliyyət daşıyır.

Müəssisələr haqqında olan qanunvericiliyə görə hər hansı bir şərik müəssisədən çıxdıqda öz payını geri almaq hüququna malikdir.

Şərikli(tam ortaqlı) müəssisədə olan bəzi çatışmazlıqlar onun daha təkmilləşmiş forması olan payçı və şərikli (birgə ortaqlılıqlar) müəssisə formasında aradan qaldırılır. Belə müəssisələr həm şərikin (şəriklərin) , həm də payçının(payçıların) vəsaiti əsasında formalaşır. Bir qayda olaraq, şərik müəssisənin öhdəliklərinə və borclarına görə özünün bütün əmlakı ilə , payçı isə yalnız müəssisə verdiyi pay həcmində məsuliyyət daşıyır.

Kollektiv mülkiyyətə əsaslanan kooperativlərlə şərikli müəssisələr arasında oxşar cəhətlər çoxdur. Belə ki, şərikli müəssisələrdə olduğu kimi kooperativlər də iştirakçıların könüllü birliyidir. Onlar arasındakı fərqlər isə bunlardır:

➤ Kooperativlərdə iştirakçıların sayı şərikli müəssisələrdəkinə nisbətən daha çoxdur.

➤ Şərikli müəssisələrin idarə olunmasında bəzən menecerlərdən istifadə olunur, kooperativlərin idarə olunması həmişə öz üzvləri içərisindən seçilmiş idarə heyəti tərəfindən həyata keçirilir.

Kollektiv mülkiyyət əsaslanan əsas müəssisə formalarından biri səhmdar cəmiyyətləridir. Səhmdar cəmiyyəti öz nizamnamə fondunu tədaviylə səhm və istiqraz kimi qiymətli kağızlar buraxmaq yolu ilə formalaşdıran və bunun nəticəsində toplanmış vəsait əsasında işgüzarlıq fəaliyyətini həyata keçirən kollektiv müəssisə formasıdır. Belə cəmiyyətin səhmlərini alanlar onun səhmdarlarına çevrilirlər və aldıkları səhmin həcminə uyğun olaraq onun mənfəətindən dividend almaq hüququ qazanırlar.

İlk səhmdar cəmiyyətləri XV- XVI əsrlərdə Gemuyada və Milanda yaranmışdı. XVII əsrdə iri ticarət kompaniyaları: hollandiyada “ Ost hind” (1600), Fransada “ Kompani dez end Oksidantal” (1628) yarandı.

Səhmdar cəmiyyətlərinin müəssisələrin başqa formalarından fərqli xüsusiyyətləri və üstünlükləri vardır. Bunlar aşağıdakılardır:

🌳 **səhmdar cəmiyyətləri əlavə kapitalın cəlb olunmasına geniş imkan yaradır.**

🌳 **səhmdarlar məhdud məsuliyyət daşıyırlar, yəni səhmdarlar verdikləri pay həcmində cavabdehdir.**

🌳 **peşəkar idarəetmə - səhmdar cəmiyyətlərinin idarə olunması adətən menecerlər tərəfindən həyata keçirilir.**

Səhmdar cəmiyyətlərinin çatışmazlıqlarına isə aşağıdakılar aid edilir: cəmiyyətin fəaliyyəti üzərində ciddi nəzarətin olması; səhmdar cəmiyyətlərinin fəaliyyətinin nəticə etibarlılığı ilə inhisarçılığa meyilliliyi; ikiqat vergi ödənilməsi qaydası- mənfəətdən vergi və səhm sahiblərinin aldıkları dividenddən vergi.

Səhmdar cəmiyyətlərinin buraxılan səhmlərin növündən və onların bazarda dövriyyəsinin təşkilindən asılı olaraq iki tipi fərqləndirilir: açıq və qapalı. Açıq tipli cəmiyyətlərin səhmləri heç bir məhdudiyyət qoyulmadan bazarlarda alınıb- satılır. Cəmiyyət və onun səhmdarları öz öhdəliklərinə görə cəmiyyətin bütün bütün əmlakı ilə məsuliyyət daşıyırlar. Qapalı tipli səhmdar cəmiyyətinin səhmləri isə təsisçi

səhmdarların öz aralarında bölüşdürülür və bazara çıxarılmır. Bu cür cəmiyyətlər nizamnamə kapitalının formalaşması üçün təsisçilərin öz kapitalı kifayət edən zaman yaradılır. Səhmdar cəmiyyəti və səhmdarlar öz öhdəliklərinə görə yalnız qoyulmuş kapital həcmində məsuliyyət daşıyırlar.

Dövlət müəssisələri dövlət mülkiyyətinə əsaslanır və iki əsas əlamətlə səciyyələnir. Birincisi, dövlət müəssisələrinin əmlakı və idarə olunması tamamilə və ya qismən dövlətin və onun orqanlarının (nazirlik, birlik) əlində cəmlənir. İkincisi, dövlət müəssisələrinin fəaliyyətinin məqsədilə bağlıdır. Onların öz fəaliyyətlərində yüksək mənfəət əldə etmələri yeganə məqsəd deyilir. Onların əsas məqsədi hansı yolla olursa olsun ictimai tələbatı ödəməkdir.

Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində fəaliyyətinin miqyasına, təmərküzləşmənin səviyyəsinə görə müəssisələrin kiçik, orta və iri formaları fərqləndirilir. Bu təsnifləşdirmədə əsas göstərici kimi işçilərin sayı qəbul edilmişdir. Bu göstərici ölkənin iqtisadi, sosial və siyasi xüsusiyyətindən və s. asılı olaraq müxtəlif ölkələrdə bir-birindən fərqlənir. Adətən 50- yə qədər işçi olan müəssisə kiçik müəssisəyə, 500- dən çox işçisi olan isə iri müəssisə hesab olunur. Azərbaycanda sənayedə 50- yə, tikintidə 25-ə, nəqliyyatda 15-ə, ticarət və xidmət sahələrində isə 10-a qədər işçi olan müəssisə - kiçik, buna uyğun olaraq 300, 150, 75 və 50- dən çox işçisi olan isə iri müəssisə hesab olunur.

Orta müəssisələr kiçik müəssisələrə nisbətən azsaylıdır və hazırda onların sayının azalması meylə güclənir. Bu onunla əlaqədardır ki, onlar nə kiçik müəssisələr kimi çoxsaylı və çevik, nə də iri müəssisələr kimi güclü deyilir.

Orta müəssisələrin rolu ondan ibarətdir ki, orta müəssisələr iri biznes üçün güclü rəqib kimi çıxış edir. Onlarda inhisarlaşmağa, iriləşməyə doğru meyl vardır, kapitalın mərkəzləşməsində mühüm mənbədir.

İri müəssisələr sayca az olsalar da bir sıra üstünlüklərə malikdirlər. Əvvəla, məhsulun böyük həcmdə istehsalı yalnız iri müəssisələrdə mümkündür. İkincisi, nəhəng elmi-tədqiqat işlərinin aparılması və elmi- texniki tərəqqinin nəticələrinin tətbiqi məhz iri firmalarla bağlıdır.