Biznes 20 ballıqlar

5.Beynəlxalq biznesi milli biznesdən fərqləndirən cəhətlər hansıladır? Dövlətlərarası müqavilələrin biznes proseslərinin inkişafına təsirini izah edin. Fikrinizi bir misalla əsaslandırın.

Milli biznesdə xarici iqtisadi fəaliyyət müstəqil müəssisələrin, firmaların, şirkətlərin milli və beynəlxalq bazarlarda sahibkarlıq fəaliyyəti kimi başa düşülür. Bu baxımdan beynəlxalq biznes bir qədər fərqli iqtisadi müstəvidə baş verir və yalnız ixrac-idxal əməliyyatları ilə məhdudlaşmır. İxrac-idxal əməliyyatları beynəlxalq biznesin yalnız bir hissəsidir və eyni zamanda bütünlüklə buraya daxil edilmir. Beynəlxalq biznes yerli biznesdən bir sıra başqa cəhətlərə görə fərqlənə bilər, bunlar arasında aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- Beynəlxalq biznesdə iştirak edən müxtəlif ölkələrdə müxtəlif valyutalardan istifadə oluna bilər ki, bu da tərəflərdən birinin valyutasının konvertasiya edilməsizərurətinə səbəb olur;

- Müxtəlif ölkələrin hüquq sistemləri arasında uyğunsuzluqların olması, bir və yabir neçə tərəfi öz hərəkətlərində yerli qanunlara uyğunlaşdırmaq üçün düzəlişləretməyə məcbur etmək imkanı var.

- Müxtəlif ölkələrin mədəniyyətləri arasında fərqlərin olması tərəflərin hər birini öz davranış strategiyasını qarşı tərəfin gözləntilərinə uyğunlaşdıracaq şəkildə formalaşdırmağa məcbur edir.

- Hər bir ölkənin mövcud resursların spesifik tərkibi və həcmi var. Bir ölkənin zəngin təbii ehtiyatları ola bilər, lakin ixtisaslı işçi qüvvəsi yoxdur, digər ölkə isəməhsuldar, yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsinə malikdir, lakin təbii ehtiyatlardan məhrumdur.

- Beynəlxalq bizneslə məşğul olan menecerin işinin mürəkkəblik dərəcəsi eyni ölkədaxilində görülən oxşar işlərlə müqayisədə xeyli yüksəkdir.

Beynəlxalq biznesdə iştirak edən özəl şirkətlər işgüzar əməliyyatları mənfəət əldə etmək məqsədi ilə həyata keçirilir. Dövlət təşkilatlarının fəaliyyəti heç də həmişə mənfəət yönümlü olmur. Dövlətlərarası müqavilələr beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin predmetini təşkil edir ki, bu da təbii ki, beynəlxalq biznesin inkişafına və fəaliyyətinə həlledici təsir göstərir.Çox vaxt dövlətlər öz iqtisadi maraqlarını dövlət və özəl

şirkətlər, o cümlədən bu məqsədlər üçün məqsədyönlü şəkildə yaradılan strukturlar vasitəsilə həyata keçirirlər. Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, ölkə hökuməti tez-tez kreditlər almaq, tikinti, bərpa və digər işlərin görülməsi üçün müqavilələr bağlamaq məqsədilə xarici özəl firmalarla iqtisadi əlaqələrə girir və s. Firma üçün bu əlaqələr beynəlxalq biznesi təşkil edir, çünki onlar son nəticədə mənfəət əldə etməyə yönəlib. Firmaların bu cür müqavilələr bağladıqları ölkələr də faydalanır, lakin bu, mənfəət kimi qiymətləndirilə bilməz. Çünki bunlar daha keyfiyyətli və daha qısa müddətdə məhsul və xidmətlər əldə etmək hesabına yaranan iqtisadi faydalardır.

10. Hansı strateji motivlər milli/beynəlxalq şirkətləri beynəlxalq biznesə başlamağa və onu genişləndirməyə təşviq edir,bu strateji motivləri izah .

Milli\beynəlxalq şirkətləri beynəlxalq biznesə başlamağa\genişləndirmə-yə təşviq edən üç strateji motiv qeyd etmək olar. Bunlar aşağıdakılardır:

1) **Istehsal olunan məhsulların satışının genişləndirilməsi;**

Satış bazarının genişləndirilməsi xarici firmalar tərəfindən iqtisadi və kommersiya fəaliyyətinin əsas, əsas məqsədi kimi qəbul edilir. Hazırda məhsulların satışı üçün istənilən müasir bazar məhduddur. Məhdudiyyətlər bunlardır:

birincisi, müəyyən bir şirkətin məhsulları və ya onun xidmətləri ilə maraqlanan hüquqi və fiziki şəxslərin sayı;

ikincisi, bu şəxslərin ödəmə qabiliyyəti.

2) **Ölkə daxilində defisit olan və xaricdə daha ucuz olan resurslara çıxış əldə etmək;**

Lazımi resursların əldə edilməsi texnoloji prosesdə ən mühüm amildir. Buna görə də, istehsal firmaları və onların xarici ticarət vasitəçiləri kifayət qədər tez-tez lazımi məhsul və xidmət növlərini, həmçinin yarımfabrikatları, komponentləri və son məhsulları başqa ölkələrdə axtarırlar.

Bəzi hallarda bu, istehsal xərclərini azaltmaq üçün edilir. Digər hallarda, xarici alışlar sizə öz ölkənizdə mövcud olmayan unikal məhsul və ya şərtləri almağa imkan verir. Məsələn, Almaniyanın Mersedes şirkəti bir sıra istehsal sahələrini Almaniyadan əmək resurslarının xeyli ucuz olduğu Şərqi Avropa və hətta Afrika ölkələrindən birinə köçürməyi düşünür.

3) **Təchizat mənbələrinin və satış istiqamətlərinin beynəlxalq diversifikasiyası.**

Şirkətlər sənaye və kommersiya siyasətlərində adətən illik və ya mövsümi satışların və deməli, mənfəətlərin səviyyəsində böyük dalğalanmalara yol verməməyə üstünlük verirlər. Bu məqsədlə məhsullarını satmaq və ya lazımi xammal, komponentlər və s. almaq üçün diqqətlə uyğun xarici bazarlar axtarırlar. Bir çox firmalar dünya ölkələrində iqtisadi inkişaf dövrlərinin zaman baxımından üst-üstə düşməməsindən istifadə edirlər. Belə ki, tənəzzülə uğramış bir ölkədə satışlar azaldıqda, iqtisadi canlanma mərhələsində olan digər ölkədə yüksəlir. Nəhayət, müxtəlif ölkələrdə eyni məhsul və ya komponent üçün bazar tapmaqla, firma hər hansı konkret ölkədə qiymət dəyişkənliyindən və ya çatışmazlıqlardan zərəri azalda bilər.

15.Beynəlxalq ticarətin maliyyələşdirilməsi formalarını göstərin. Ayrılıqda satıcının və alıcının maraqlarına daha cox cavab verən formaları müqayisəli şərh edin.

Beynəlxalq ticarət biznesin çətin sahələrindən hesab edilir. Bu sahə ilə məşğul olan iş adamları və onları maliyyələşdirən təşkilatlar, müəssisə və şirkətlər öz fəaliyyətləri zamanı hansı risklərlə qarşılaşa biləcəklərini yaxşı anlamalıdırlar. Şərti olaraq istehsal şirkətinin biznes fəaliyyətini aşağıdakı əsas mərhələlərə bölmək olar: nağd vəsait, xammal və materialların əldə edilməsi, istehsal, tələbat (satış) və satışdan ödəmələrin toplanması.

Əgər biznes mərhələlərinə nəzər salsaq görərik ki, istehsalçı müəssisələrin iki mərhələdə beynəlxalq ticarətlə məşğul olmaq ehtimalı var. Birincisi, istehsalçı istehsalında istifadə etdiyi xammal və materialları xarici ölkələrdən idxal edərsə; ikincisi, istehsalçı öz məhsullarını xaricə ixrac edərsə.

Ümumiyyətlə idxal-ixrac əməliyyatları ilə ticarət şirkətləri, idxalçı şirkətlər, xarici təşkilatların filial və nümayəndəlikləri və s. təşkilatlar da məşğul olurlar. Beynəlxalq ticarət həm satıcı, həm də alıcı üçün problemlər yaradır, lakin satıcının riskləri daha çox olur. Belə ki, satıcı, yalnız alıcının maliyyə vəziyyətini deyil, eyni zamanda alıcının ölkəsinin risklərini, alqı-satqı əməliyyatına cəlb olunmuş digər tərəflərin (banklar və ya sığorta şirkətləri) də risklərini nəzərə almalıdır.

20. Tutaq ki, İnvestorun kafe sahibi olmaq üçün bir neçə yolu var: şirkət alına bilər, sıfırdan yaradıla və ya françayzinq yolu ilə açıla bilər. Hər bir metodun üstünlüklərini və mənfi cəhətlərini

sadalayın. Özəl investorların françayzinqə marağının artmasının səbəbi nə ola bilər?

Françayzinq iki və ya daha çox bazar subyekti arasında müəyyən ödəniş müqabilində bir müəssisənin öz brendi altında biznes aparmaq hüququnu digərinə ötürdüyü münasibət növüdür. Hüququ ötürən müəssisə françayzer adlanır. Bu hüququ alan isə françayzidir.Hüquqların ötürülməsi üçün ödəniş birdəfəlik haqq adlanır. Françayzerdən dəstək üçün müntəzəm ödənişlər - royalti. Köçürülmüş hüquq və öhdəliklər toplusu məhz françayzinqdir. Françayzi tərəfindən açılan müəssisə françayzinq müəssisəsi adlanır. Bir şirkətin françayzinq hüququ olmayan filiallarına öz bizneslər deyilir.

Françayzinqin müsbət və mənfi cəhətlərindən danışarkən başa düşmək lazımdır ki, bu ikitərəfli münasibətdir və bir tərəf üçün üstünlük olan digər tərəf üçün çatışmamazlıq ola bilər. Buna görə də, tərəflərin hər biri üçün belə bir razılaşmanın potensial faydaları və riskləri nəzərə alınmalıdır.

Françayzerin faydası, Françayzi satmaqdan françayzer nə əldə edir:

- Birdəfəlik ödənişdən və royaltidən qazanır
- Əqli mülkiyyətlərini pula çevirə bilərlər
- Yeni satış məntəqələrinin açılmasına qənaət edir, çünki françayzilər açılış xərclərinin böyük hissəsini öz üzərinə götürürlər
- Şəbəkəsini öz filiallarını açmaqdan daha sürətli inkişaf etdirir
- Sürətli şəbəkə böyüməsi ilə brend tanıtmanı artırır
- Xüsusilə daha az və ya daha çox əhalisi olan digər bölgələrdə və şəhərlərdə françayzilərin təcrübəsi vasitəsilə biznes modelini təkmilləşdirir.

Françayzi üçün fayda, Françayzinq alan şəxs françayzinq almaqdan nə əldə edir:

- Başlanğıcda o, tanınmış markanın işarəsini alır
- Başlanğıc risklərini minimuma endirir, məsələn hazır texnologiyalar üzərində işləyir
- Françayzerdən məsləhət ala, biznesin aparılmasında dəstək ala bilər. Bəzi françayzinqlər böhrandan çıxmaq üçün menecerlərini françayziyə göndərirlər.
- Françayzerin artıq podratçılar siyahısına malik olması səbəbindən tədarükçülərin axtarışı xərclərini azaldır. Həmçinin, françayzer

bütün şəbəkə üçün bəzi avadanlıq və ya yarımfabrikatları topdansatış qiymətlərlə ala bilər.
- Digər françayzilərlə - biznes qurmaqda və idarə etməkdə çox oxşar təcrübəyə malik iş adamları ilə ünsiyyət qura bilər.

25.İnvestisiya rejimi nədir? Növlərini sadalayın, şərh edin və istisnaları izah edin.

Milli investisiya siyasəti xarici investisiyaları tənzimləyən qaydalar və alətlər məcmusudur. Nəzərə almaq lazımdır ki, vahid (ümumi) investisiya rejimi yoxdur, lakin investisiya hərəkətinin müəyyən bir sahəsinin münasibətlərinin nizama salındığı bir çox xüsusi investisiya rejimləri var. Beləliklə, məsələn, kapital axınının tənzimlənməsinin dövlət və dövlətlərarası təcrübəsində investisiya hərəkəti sahəsində münasibətlərin tənzimlənməsinin xüsusiyyətlərini əks etdirən ayrıca hüquqi rejimlər qrupunu təşkil edən müəyyən investisiya rejimlərindən istifadə olunur.

Beş növ investisiya rejimi mövcuddur:

1) ən əlverişli rejim (MFN);
2) milli rejim (National treatment);
3) ayrı-seçkiliyə yol verilməməsi rejimi, (Non-Discrimination in Investment);
4) ədalətli və bərabər hüquqlu rejim (The fair and equitable treatment (FET)) ;
5) şəffaflıq rejimi (Investment transparency mode).

Ən əlverişli dövlət rejimi (MFN) investisiya müqavilələrinin əsas (standart) formasıdır. Onun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, qəbul edən ölkə bir ölkənin sərmayədarlarına heç bir başqa ölkənin investorlarından heç də az müsbət münasibət göstərmir. Bu, beynəlxalq hüquqda tətbiq olunan minimum beynəlxalq MFN standartı adlanır. MFN investorların ev sahibi ölkədə hər hansı ayrı-seçkilikdən qorunmasına zəmanət verir və beləliklə, müxtəlif ölkələrdən olan investorlar üçün bərabər rəqabət imkanlarının yaradılmasında həlledici amildir.

Milli rejim son illərdə istifadə edilən ən mühüm investisiya rejimidir, çünki o, qəbul edən ölkənin xarici investorların fəaliyyətinə münasibətini müəyyən edir, çünki o, investorun fəaliyyət göstərdiyi mərhələdə tətbiq edilir. Standart milli rejim müəyyən etmək ən çətindir, çünki o, qəbul edən ölkədə həssas iqtisadi və siyasi məsələləri əhatə edir. Əslində, milli rəftar heç vaxt məhdudiyyətsiz verilmir, xüsusən də investisiyaların

fəaliyyətinə gəldikdə. Beləliklə, praktikada istisnasız olaraq yerli və xarici investorlar üçün bərabər rəqabət imkanları yaradılmır.

Qeyri-diskriminasiya rejimi. Ayrı-seçkiliyə yol verilməyən investisiya rejimi sözün geniş mənasında ev sahibi ölkələrdən ayrı-seçkiliyə yol verməməyi, xarici və yerli investorlar üçün bərabər fəaliyyət şəraiti yaratmağı tələb edir. Bunu nəzərə alaraq, milli rəftar ayrı-seçkilik yaratmır, MFN isə xarici investorlara qarşı ayrı-seçkilik edə bilər. Qeyri-diskriminasiya rejimi çərçivəsində investisiya riskinin yüksək səviyyəsinə malik olan ev sahibi ölkələr investora onun nöqteyi-nəzərindən optimal rejimi seçmək hüququnu təmin edə bilər: milli və ya MFN.

Ədalətli və bərabərhüquqlu rejim xarici sərmayəçi ilə ev sahibi ölkənin hökuməti arasında münasibətləri qiymətləndirmək üçün meyardır. Bu, ədalətli və bərabər şərtlərlə xarici kapitalı qəbul etməyə hazır olduğunu göstərir. Eyni zamanda dünya praktikasında bu rejimin vahid tərifi yoxdur.
Ədalətli və bərabərhüquqlu rejimin tərifinə bir neçə yanaşma var:
- qəbul edən ölkə xarici investorlara imtiyazlarla bərabər və ədalətli yanaşır;
- qəbul edən ölkə imtiyazlı xarici investorlar üçün minimum beynəlxalq standartı qəbul edir.

Şəffaflıq rejimi. Bu rejimin tətbiqi dünya praktikasında nisbətən yaxın zamanlarda yayılıb. O, qəbul edən ölkələrin investisiya rejimlərində dəyişikliklər barədə investorların vaxtında məlumatlandırılmasını nəzərdə tutur. Şəffaflıq İndeksini tərtib edərkən, tədqiq olunan ölkənin iqtisadiyyatına və siyasətinə xas olan və onun investisiya mühitinə və oradakı kapitalın dəyərinə təsir edən aşağıdakı amillər nəzərə alınır.

C - dövlət orqanlarında korrupsiya;
L - mülkiyyət hüquqlarını tənzimləyən qanunlar;
E - iqtisadi siyasət (fiskal, monetar, vergi);
A - maliyyə hesabatının əhatə dairəsi;
R - biznesin dövlət tənzimlənməsi.

30. Autsorsinqin hansı növləri son illər ərzində beynəlxalq biznesdə uğurlu nəticələrin əldə olunmasına imkan vermişdir? Cavabınızda onun təşkili xüsusiyyətlərini də göstərin.

Keçən əsrin 90-cı illərinin əvvəllərində qərbdə meydana gələn və biznes sahəsində uğurlu nəticələrin əldə olunmasına imkan verən **autsorsinqin növləri aşağıdakılardır:**

- biznes proseslərin autsorsinqi;
- istehsal autsorsinqi;
- informasiya texnologiyaları üzrə autsorsinq;
- biliklərin idarə olunması üzrə autsorsinq;

Biznes proseslərin autsorsinqi - biznesin logistika, personalın idarə edilməsi, marketinq tədqiqatları, reklam və s. kimi funksiyalarının, autsorsinqi həyata keçirən şirkətə verilməsini nəzərdə tutur.

İstehsal autsorsinqi - müəssisənin istehsal zəncirinin bir hissəsinin, hətta bütün istehsal tsiklinin idarə edilməsinin, autsorsinq aparan şirkətə verilməsini nəzərdə tutur. Bundan başqa autsorsinq çərçivəsində müəssisənin ayrı-ayrı bölmələrinin gələcəkdə satılması variantları müzakirə oluna bilər.

*İnformasiya texnologiyaları üzrə autso*rsinq - şirkət tərəfindən şəbəkə infrastrukturuna xidmət göstərilməsi, avtomatlaşdırılmış biznes sistemlərinin layihələndirilməsi, həyata keçirilməsi və gələcək inkişafı, sistemləşmiş inteqrasiya və proqramlaşdırma ilə bağlı funksiyaların tamamilə və ya qismən autsorsinq xidməti göstərən şirkətə verilməsini nəzərdə tutur.

Biliklərin idarə olunması üzrə autsorsinq - məlumatların dərindən öyrənilməsi və ciddi analitik təhlilini və ya işlənməsini tələb edən proseslərin idarə edilməsini, qəbul olunacaq qərarların dəstəklənməsi üçün biliklər bazasının formalaşdırılmasını və idarə edilməsini nəzərdə tutur.

35. Biznesin transmilliləşməsinin səviyyəsini ölçən göstəriciləri sadalayın və UNCTAD metodikasının əhəmiyyətini göstərin. Transmilliləşmə indeksini düsturla göstərin və komponetlərini izah edin).

Biznesin transmilliləşməsi dedikdə, beynəlxalq şirkətdaxili və şirkətlərarası əməkdaşlıq mexanizmlərindən istifadəni nəzərdə tutan iqtisadi həyatın beynəlmiləlləşdirilməsi forması nəzərdə tutulur. Yeni xarici və müştərək şirkətlərin yaradılması, firmaların birləşməsi və satın alınmasının beynəlxalq mexanizmlərinin həyata keçirilməsi, xarici ölkələrin milli strukturları ilə möhkəm uzunmüddətli əlaqələrin qurulması yolu ilə kapitalın bir-birinə qarışması ilə xarakterizə olunur.
BMT-nin iqtisadi strukturları şirkətlərin transmilliləşməsinin məcmu göstəricilərindən getdikcə daha çox istifadə edirlər, xüsusən:
- şirkətin transmilliəşmə indeksi;

- şəbəkə paylama indeksi;
- şirkətin beynəlmiləlləşmə indeksi;
- TMK-ların istehsalının beynəlmiləlləşməsi indeksi.

UNCTAD metoduna (Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ticarət və İnkişaf Konfransı) uyğun olaraq

TNi = Transmilliləşmə İndeksi (TNI) üç göstəricinin arifmetik orta kəmiyyəti kimi hesablanır: şirkətin aktivlərinin ümumi dəyərində xarici aktivlərin payı, ümumi satışlarda xarici satışların payı və şirkət işçilərinin ümumi sayında xarici işçilərin payı:transnationality index = [Ai + Si + Ei] : 3 (ingilis dilində)

TNI = (Ax /Aü + Sx / Sü + İx / İü): 3

burada Ax - xarici aktivlər; Aü - cəmi aktivlər; Sx - xarici filiallar tərəfindən mal və xidmətlərin satışının həcmi; Sü - mal və xidmətlərin satışının ümumi həcmi; İx- TNK filiallarının xarici personalının sayı; İü şirkətdəki işçilərin ümumi sayıdır.

Transmilliləşmə indeksi şirkətin xarici fəaliyyətinin nə qədər əhəmiyyətli olduğunu, xarici filialların və xarici bazarların müəyyən bir TMK üçün nə qədər vacib olduğunu xarakterizə edir. İndeks nə qədər yüksək olarsa, onun xarici filiallarının fəaliyyəti şirkət üçün bir o qədər əhəmiyyətlidir.

40.Dünya İqtisadi Forumun "Qlobal Rəqabətlilik İndeksi" kontekstində Azərbaycanda biznes mühitinin inkişaf proseslərini kompleks təhlil edərək və bu istiqamətdə başlıca islahatların rolunu izah edin.

Azərbaycan Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən nəşr edilən "Qlobal Rəqabətlilik İndeksi"ndə 11 pillə irəliləyərək 58-ci mövqedə qərarlaşıb.

Son illər dərin islahatlar çərçivəsində ölkəmizin bütün sektorlarında islahatlar aparılıb, iqtisadi artıma yönəlmiş layihələr icra edilib. Prezident İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə makroiqtisadi sabitlik və biznes mühitinin əlverişliliyi təmin olunub, geniş miqyaslı infrastruktur layihələri icra edilib. Habelə, Birinci vitse-prezident Mehriban Əliyevanın rəhbərliyi ilə ölkəmiz səhiyyə və təhsil sahəsində əhəmiyyətli nailiyyətlər əldə edib, sözügedən sahələr üzrə infrastruktur layihələri həyata keçirilib. Bu islahatlar Azərbaycanın beynəlxalq platformada da mövqelərinə müsbət təsir göstərib. Xüsusilə, adıçəkilən sahələr üzrə beynəlxalq indekslərdə sub-indikator ekvivalentində artımlar müşahidə olunur.

Belə ki, Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən nəşr edilən "Qlobal Rəqabətlilik İndeksi"nə əsasən, Azərbaycan 11 pillə irəliləyərək 141 ölkə arasında 58-ci mövqedə qərarlaşıb. Qlobal rəqabətlilik hesabatı dünya miqyasında mötəbər hesabat olmaqla, beynəlxalq təşkilatlar, investor və

sahibkarlar, müstəqil beyin mərkəzləri tərəfindən istinad mənbəyi kimi istifadə olunur. Hesabat 12 istiqaməti əks etdirməklə iqtisadi və sosial sferanın bütün sahələrini əhatə edir. İnstitutlar, infrastruktur, informasiya texnologiyaları, makroiqtisadi vəziyyət, səhiyyə, təhsil, istehlak məhsulları bazarı, əmək bazarı, maliyyə sistemi, bazar həcminin genişliyi, biznesin dinamikliyi və innovasiya kimi istiqamətləri özündə ehtiva edən "Qlobal Rəqabətlilik İndeksi" son hesabatda 141 ölkəni özündə cəmləşdirib. Hesabatın son nəşrinə görə, Azərbaycan 12 indikatordan 8-i üzrə irəliləyərək MDB ölkələri arasında lider mövqelər sırasında qərarlaşıb.

Təhlilə və tədqiqata əsasən, hər 12 indikator müxtəlif sub-indikatorlara bölünərək ümumi nəticənin hesablanmasını əks etdirir. Azərbaycan "institutlar" indikatoru üzrə 9 pillə irəliləyərək ölkəmizdə məhkəmə-hüquq, hüquq-mühafizə orqanları, terrorizmlə mübarizə, polisə etimad, büdcə şəffaflığı və hesabatlılığı, məhkəmələrin müstəqilliyi, media azadlığı, mülkiyyət və intellektual mülkiyyətin qorunması, əmlak idarəetməsi, korporativ idarəetmə, hökumətin uzun müddətli strateji baxışı və elektron-hökumət istiqamətləri yüksəliş balları əldə edib. Bu sub-indikatorlar "institutlar" indikatorunun tərkib hissəsi olmaqla, son nəticəni hesablayaraq reytinqi müəyyənləşdirir.

45.Strateji ittifaqlar nədir? Onların üstünlüklərini və mənfi cəhətləri hansı formadadır?

Strateji Alyans (Strateji Alyans) - müəyyən kommersiya məqsədlərinə çatmaq, strateji uyğunluq, sinerji və rəqabət üstünlükləri əldə etmək üçün iki və ya daha çox müstəqil firmanın əməkdaşlığı haqqında sazişdir.

Faydalara aşağıdakılar daxildir:

Yeni ideyaları tez irəli sürməyə imkan verir. Ancaq eyni zamanda, tərəfdaşın səlahiyyətlərini mənimsəmək, öz kommersiya və texnoloji sirlərini qorumaq və ya ən azı onlara girişi əhəmiyyətli dərəcədə məhdudlaşdırmağı nəzərdə tutur. Bəzi hallarda nou-hauya çıxış müvafiq müqavilələrlə rəsmiləşdirilir.

Təkcə partnyorun paylama şəbəkələrinə çıxış və ya istehsal xərclərinin azaldılması deyil, həm də tərəfdaşın biliklərinin mənimsənilməsi və onun əsas səriştələrinin əldə edilməsidir.

Diqqəti ikitərəfli tərəfdaşlıqdan çoxlu şirkətləri əhatə edən strateji ittifaqlar şəbəkələrinin qurulmasına yönəltmək imkanıdır.

Öz ixtisaslaşmasını və müstəqilliyini itirmədən resurslardan kollektiv istifadə imkanı yaradır.

Strateji ittifaqların çatışmazlıqları aşağıdakılardır:

Çox vaxt müstəqil şirkətlərin müxtəlif motivləri və hətta ziddiyyətli məqsədləri olur. Bu hallarda fəaliyyətlərdə effektiv koordinasiyaya nail olmaq olduqca çətindir, çünki tərəfdaşlıq müqaviləsinin necə işləyəcəyinə qərar vermək üçün çoxlu ekspertlər və görüşlər tələb olunacaq. Bir ittifaqda, uzun müddət ərzində vacib sınaqlar üçün başqa bir şirkətdən asılı olmaq təhlükəsi də həmişə var. Ciddi rəqib olmaq üçün şirkət rəqiblər arasında mövqeyini möhkəmləndirmək və davamlı rəqabət üstünlüyünə nail olmaq üçün bütün sahələrdə daxili imkanlarını daim inkişaf etdirməlidir. Əgər bu mümkün deyilsə, o zaman şirkətlərin birləşməsi strateji ittifaqdan daha yaxşı seçimdir.

50.Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın makro və mikro səviyyələrdə inkişafının spesifik xüsusiyyətlərini müqayisəli təhlil edin.

Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya ölkələrin iqtisadi yaxınlaşması və onların milli iqtisadiyyatlarının qarşılıqlı əlaqələnməsi (tamamlanması) prosesidir. 20-ci əsrin sonu və 21-ci əsrin əvvəllərində beynəlxalq və regional inteqrasiyanın geniş inkişafı dünya iqtisadiyyatının qloballaşması tendensiyası ilə müəyyən edilir. Beynəlxalq inteqrasiyaya rəqabətin güclənməsinə və milli dövlətlərin dünya iqtisadiyyatının subyektləri kimi rolunun nisbətən azalmasına təkan verir. Beynəlxalq inteqrasiyaya prosesləri iştirakçı ölkələrə aşağıdakı üstünlükləri verir:
– yeni satış bazarlarına sadələşdirilmiş çıxış (müasir genişmiqyaslı istehsal üçün ən azı 250-300 milyon istehlakçı tələb olunur);
– xammal və yanacaq mənbələrinə sadələşdirilmiş çıxış (yanacaq və xammal idxal edən ölkələr üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir);
- inteqrasiya birliyində iştirak etməyən ölkələrin rəqabətindən (xarici rəqabətdən) birgə müdafiə;
– birgə elmi-texniki proqramların həyata keçirilməsi (kosmosun tədqiqi, superkompüterlərin yaradılması və s.);
- inteqrasiya birliyində iştirak edən ölkələrin firmaları tərəfindən TMK-ların formalaşması prosesinin asanlaşdırılması.

Mikro səviyyədə- korporativ səviyyədə müxtəlif ölkələrin ayrı-ayrı kompaniyaları birbasa təsərrüfat əlagələri yaradır. Belə əlaqələr milli iqtisadiyyatları real olaraq qarsılıqlı əlagələndirir. Burada TMK-lar əsas rola malikdir.

Makro səviyyədə- hökumətlərarası sazişlər səiyyəsində. Ölkələrin ümumi iqtisadi və siyası inkişaf strategiyası yaranır. Bu strategiya mal və xidmətlərin, kapital, iş qüvvəsinin yerdəyişməsinin ümumi qaydalarının islənilməsinə əsaslanır. Real inteqrasiya vahid iqtisadi məkanı formalsdıran bazar mexnizmləri ilə dövlətin məqsədyönlü fəaliyyətinin əlaqələndirilməsidir.

55. Beynəlxalq biznes fəaliyyətində kommunikasiya siyasətinin əhəmiyyəti hansı başlıca faktorlar ilə xarakterizə olunur eyni zamanda sözügedən istiqamətin təşkili prosesi hansı beynəlxalq fəaliyyətlərlə təmin edilir?

Kommunikasiya iki və ya daha çox insan arasında məlumat mübadiləsi prosesi kimi görünür; bu, qəbuledicinin davranışını dəyişdirmək üçün bir fikrin mənbədən qəbuledicyə çatdırılması prosesidir. Başqa sözlə, kommunikasiyanın məqsədləri yalnız ünsiyyət deyil, həm də inandırmaq və nəzarət etməkdir.
Beynəlxalq biznes fəaliyyətlərində ünsiyyətin əhəmiyyəti aşağıdakılarla müəyyən edilir:
◦ rabitə informasiyanın mənbəyi və daşıyıcısıdır;
◦ kommunikasiya standartlaşdırma və hazırlanmış marketinq kompleksi strategiyalarının və beynəlxalq sahibkarlığın həyata keçirilməsində yüksək effektivlik vasitəsi kimi çıxış edir.

Xarici bazarlarda kommunikasiya siyasətində ən mühüm məsələ milli şirkətin dünya bazarında ən əhəmiyyətli təmsilçiliyini yarada biləcək xarici bazarlar üçün vahid kommunikasiya konsepsiyasının yaradılmasıdır.
Rabitə siyasətini təşkil edərkən üç növ beynəlxalq kampaniyadan istifadə olunur:
◦ vahid;
◦ fərqləndirici;
◦ "direktiv".
Xarici bazarlarda kommunikasiya siyasətinin standartlaşdırılması üçün vahid kommunikasiya fəaliyyəti ilkin şərtdir. Bu cür strategiyalar qlobal miqyasda vahid obrazın formalaşdırılmasının zəruri olduğu hallarda istifadə olunur. Bu strategiyalar məhsulun əhatə dairəsi və əsas hədəf alıcılar ölkələr üzrə əsasən oxşar olduqda uyğundur. Vahid kommunikasiya strategiyalarının hazırlanması büdcə məhdudiyyətlərinə məruz qala bilər.

60. Təchizat zəncirinin idarə edilməsi eyni zamanda ənənəvi logistikanın formalaşmasını, onun məzmunu və əlaqəsini şərh edin.

Artıq 2000-ci illərdə yeni bir konsepsiya fəal şəkildə istifadə olunmağa başladı: "təchizat zəncirinin idarə edilməsi". Tərifin şərhində bir sıra çətinliklər yaranır: bu fənn ənənəvi logistikanı əvəz edir, yoxsa onun bir hissəsidir, yoxsa əksinə, daha ümumi anlayışdır?
Təchizat zəncirinin idarə edilməsinin bir neçə tərifini nəzərdən keçirək. Bir çox müəlliflər məhsulun bazara çıxarılmasında iştirak edən bir sıra müəssisələr daxilində material axınlarının hərəkətinin idarə edilməsindən danışırlar:

"Təchizat zəncirinin idarə edilməsi xidmət edilən bazar üçün çeviklik və səmərəliliyin ən yaxşı birləşməsinə nail olmaq üçün təchizat zəncirinin iştirakçıları arasında istehsalın, inventarın, yerin və daşınmanın koordinasiyasıdır." - Michael Hugos.

Təchizat zənciri birbaşa və ya dolayısı ilə müştərinin tələbinin yerinə yetirilməsində iştirak edən bütün mərhələlərdən ibarətdir. Təchizat zəncirinə təkcə istehsalçı və təchizatçılar deyil, həm də daşıyıcılar, anbarlar, pərakəndə satıcılar və müştərilərin özləri daxildir", - Sunil Chopra və Peter Meindl.

"Təchizat zənciri məhsul və ya xidmətləri bazara çıxaran bir sıra şirkətlərdir" – James R. Stock və Douglas M. Lambert.
Bununla belə, bu cür tərif̈lər logistikaya da aiddir. Konsepsiyalar arasındakı əsas fərq ondan ibarətdir ki, "təchizat zəncirinin idarə edilməsi" termini tələbatın ödənilməsində maksimum nəticə əldə etmək üçün bir neçə şirkətin qarşılıqlı əlaqəsini nəzərdən keçirir və strateji aspekti ehtiva edir.

Donald Bowersokun tərifinə görə, təchizat zəncirinin idarə edilməsi strateji mövqeləşdirməni yaxşılaşdırmaq və istehsal səmərəliliyini artırmaq üçün bir-biri ilə əməkdaşlıq edən şirkətlər toplusudur. Logistika tədarük zəncirində material axınlarının hərəkəti üçün fəaliyyət kimi qəbul edilir.
Beləliklə deyə bilərik ki, tədarük zəncirinin idarə edilməsi konsepsiyası ilə klassik logistika arasındakı əsas fərq ondan ibarətdir ki, o, tədqiqat predmeti kimi tək bir müəssisənin biznes proseslərini deyil, bir sıra şirkətlərin biznes proseslərinin məcmusunu nəzərdən keçirir, hazır məhsulların istehsalı və bazara çıxarılması, məhsul/xidmət.

65.Beynəlxalq biznesdə milli və beynəlxalq iqtisadi təşkilatların rolu və tənzimləyici fəaliyyəti.

Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) üzv ölkələrə iqtisadi çətinliklərlə bağlı siyasi məsləhətl ər və maliyyələşmə təklif edir, həmçinin makroiqtisadi sabitliyə nail olmaq və yoxsulluğun azaldılmasına kömək etmək üçün inkişaf etməkdə olan ölk ələrlə işləyir. BVF-nin şərti maliyyə resursları mübadiləsində onun tələb etdiyi bir sıra siyasət və ya "tələbl ər"-dir. BVF-nin əsas maraqları iqtisadi və valyuta qərarları olduğundan, "İMG" siyasəti ilə insan hüquqları məsələləri arasında inteqrasiya çox az və ya heç yoxdur.

Dünya Bankı, xarici investisiyaların təşviq edilməsini, beynəlxalq ticarətin təşkilini və kapital sərmayələrin asanlaşdırmasını öz qərarlarında öhdəlik götürərək inkişaf etməkdə olan ölkəl ərə yoxsulluğun azaldılması üçün kreditlər verir. Dünya Bankı inkişaf etməkdə olan ölkəl ər üçün əhəmiyyətli bir gücə sahib olmasına və h ətta bu qurumda 186 ölkənin təmsil olunmasına baxmayaraq, bank kiçik sayda bir sıra iqtisadi cəhətdən güclü ölkələr tərəfindən idarə olunur. 1990-cı illərdə həm Dünya Bankı, həm də BVF bazarların inzibati tənziml ənməməsi və liberallaşdırması, özəlləşdirmə və hökumətin səlahiyyətlərinin azaldılması kimi məsələlər daxil olan siyasət hazırlamışdır.

Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) beynəlxalq ticarətin idarə olunmasını və liberallaşdırılmasını təşkil edən bir təşkilatdır. 1995-ci ildə yaradılan ÜTT, iştirakçı ölkələr arasında ticarətin tənzimlənməsi ilə məşğul olur, ticarət razılaşmalarının müzakirəsi və rəsmiləşdirilməsi üçün çərçivəni və iştirakçılarınn ÜTT razılaşmalarına qoşulmalarını həyata keçirmək üçün mübahisələrin həlli prosesini təmin edir.

70.Biznes etikasının işgüzar imicin yaxşılaşdırılmasında rolunu sistemli təhlil edin.

Tarixdə ən böyük xətalı məhsul istehsalı ilə məşğul olan firmalar reallaşdırdıqları etik davranışlarına görə heç bir itki yaşamamışlar. Əksinə, bu şirkətlərin qazancları diqqət çəkmişdir. Məsələn, Tylenolu buraxan Johnson & Johnson[1] firmasının, bu məhsulun bazardan topladığı üçün təxminən 100 milyon dollar zərəri olmuşdur. Şayiələr və itkilər məhsulun bazar payını aşağı sala və ya hətta məhv edə, şirkətin səhmləri dəyərdən düşə və rəqiblər bazarda üstünlük qazana bilərdi. Ancaq Johnson & Johnson rəhbərliyi tərəddüd etmədən dərhal Tylenol şüşələrini yığmağa qərar verdi. Alınan bu qərar nəinki etik cəhətdən düzgün görülmüş, həm də bu hadisənin yaradacağı pis nəticələrinin də qarşısını almışdır. Şirkət hər cür məlumatı ictimaiyyətə açıq elan etmiş və 18 ay

[1] https://www.jnj.com/

ərzində əvvəllər sahib olduğu bazar payının 96%-ni geri qazanmışdır. Johnson&Johnson 100 milyon dollar itirmiş və səhmlərin dəyəri müvəqqəti olaraq azalmışdı. Bu gün isə səhm dəyərləri, təşkilatın həmin dövrdə aldığı qərarların da təsiri ilə dünyada bənzər təşkilatlar arasında ən yüksək dəyərə sahib olanlardan biridir. Bundan başqa, Johnson&Johnson dünyada əxlaq standartlarına ən yüksək qiymət verən şirkət kimi bazarda ən ixtisaslı işçi qüvvəsinin seçdiyi təşkilatdır. Buna görə də bu fakt firma etikasının korporativ imicinin yaxşılaşdırılmasına təsir etdiyini göstərir.

Hər firma bir imicə sahibdir və imic firmanın uğuruna töhfə verən, və yaxud, ziyan gətirən ən mücərrəd ünsürlərdən biridir. Bazarda daha məşhur və tanınan firmalar daha az tanınan firmalarla müqayisədə həm təqdir edilməsi, həm də qınanması baxımından daha əlverişlidirlər. Bu səbəblə müəssisələr onlarla maraqlanan insanları məlumatlandırarkən çox diqqətli olmalıdırlar. Səhv təəssürat yaratmamaq üçün əllərindən gələni etməlidirlər. Firma etik baxımdan mənfi bir nüfuza sahib olduqda, bu müəssisənin cəmiyyətlə maraqlanmadığı fikri yaranar.

75.Doing Business 2022” əsasında Azərbaycanda biznesin mühitinin inkişaf istiqamətlərini xarakterizə edin

Dünya Bankı “Doing Business 2020” reytinqi. Azərbaycan sözügedən siyahıda 190 ölkə arasında 76,7 balla 34-cü yerdə qərarlaşıb.

Bu reytinqə istinadən verdiyi məlumata görə, bununla yanaşı Azərbaycan reytinqdə “kreditlərin alınması” indikatoru üzrə 1-ci pillədə, “biznesə başlamaq” indikatoru üzrə 9-cu yerdə, “müqavilələrin icrası” indikatoru üzrə 28-ci yerdə, “tikintiyə icazənin alınması” indikatoru üzrə 59-cu yerdə, “beynəlxalq ticarət” indikatoru üzrə 83-cü yerdə, qərarlaşıb.

“Doing Business-2020” reytinqinin birinci pilləsinə Yeni Zelandiya layiq görülüb.Ötən il Azərbaycan sözügedən reytinqdə 25-ci pillədə yer almışdı.

Azərbaycan “Doing Business 2020” reytinqində islahatçı ölkələr arasında ilk iyirmilikdə yer alıb.

DB ekspertlərinin fikrincə, Azərbaycanda 4 sahədə bizneslə məşğul olmaq daha da asanlaşıb: daşınmaz əmlakın qeydiyyatı, kreditlərin alınması, minoritar investorların müdafiəsi, müqavilə intizamı:

“Daşınmaz əmlakın qeydiyyatı prosesi rəsmi xəritənin tərtib olunması və Bakıda hər bir özəl torpaq sahəsinin qeydiyyatı, mövcud sənədləşmənin təkmilləşməsi və daşınmaz əmlak sahəsində prosedurların sürətləndirilməsi nəticəsində sürətlənib. Minoritar investorların müdafiəsi

tərəflər arasında bağlanmış əlverişsiz sazişlərə görə məsuliyyətin direktorların üzərinə qoyulmasından sonra möhkəmlənib".
Analitiklərin fikrincə, indi kommersiya mübahisələri yarandıqda tərəflər məhkəməyə müraciəti onlayn doldura bilir və vasitəçilik fəaliyyətinin icra olunmasına görə maliyyə stimulları ala bilir.