

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/103/70-75>

Nilufər Yusifova
Bakı Mühəndislik Universiteti
magistrant
nilufar.yusifova@gmail.com

MÜƏSSISƏNİN BİZNES PROSESİ VƏ ONUN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ

Xülasə

İqtisadi ədəbiyyatda “biznes” termininin müxtəlif anlayışlarına rast gəlinir. Məsələn, Alan Hosking biznesə belə tərif vermişdir: “Biznes təbii nemətlərin hasilatı, əmtəənin istehsalı, yaxud əldə edilməsi və satışı, digər əmtəələrin dəyişdirilməsində xidmətlərin göstərilməsi, maraqlı şəxslərin, yaxud təşkilatların qarşılıqlı gəlirinə xidmət, pul üzrə fiziki şəxslərin, müəssisələrin və təşkilatların həyata keçirdikləri fəaliyyətdir”.

İstənilən biznesin müəssisə şəklində öz iqtisadi-təşkilati forması olur. Müəssisə oxşar mühitdən bazarda ayrılmağa cəhd edərək firma adı və atributları şəklində öz fərqli cəhətlərini yaradır.

Müəssisə mülkiyyət formasından asılı olmayaraq ictimai tələbatın ödənilməsi və mənfəət alınması məqsədilə məhsul istehsal edən və satan, işlər görən və xidmətlər göstərən hüquqi şəxs olan müstəqil təsərrüfat subyektidir.

Açar sözlər: müəssisə, infrastruktur, idarəetmə, optimallaşdırma, biznes-plan

Nilufar Yusifova
Baku Engineering University
master student
nilufar.yusifova@gmail.com

Enterprise business process and its improvement

Abstract

Different definitions of the term “business” can be found in the economic literature. For example, Alan Hosking gave the following definition to business: “Business is the activity of natural persons, enterprises and organizations in the extraction of natural resources, the production or acquisition and sale of goods, the provision of other services in the exchange of other goods, the mutual benefit of interested persons or organizations, and money.”

Any business has its own economic and organizational form in the form of an enterprise. An enterprise creates its own distinctiveness in the form of a brand name and attributes, trying to differentiate itself from a similar environment in the market.

An enterprise is an independent economic entity, a legal entity that produces and sells products, performs work and provides services for the purpose of meeting public demand and making a profit, regardless of the form of ownership.

Keywords: enterprise, infrastructure, management, optimization, business plan

Giriş

Biznes münasibətlərinə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması və inkişafı bilavasitə biznes fəaliyyəti ilə əlaqədardır. Biznes işdir, fəaliyyətdir. Biznes istehlakçıların tələbatının ödənilməsi və mənfəət alınması məqsədilə təşəbbüskar insanlar arasındakı işgüzar münasibətlərin məcmusudur. Biznes fiziki şəxslər, müəssisə və təşkilatlar tərəfindən təbii sərvətlərin istismarı, müxtəlif növ məhsulların istehsalı və satışı, xidmətlərin göstərilməsi və s. üzrə həyata keçirilən işlərdir.

“Bazar (biznes) infrastrukturunun formalaşması və inkişafı müasir dövrün ən vacib və aktual problemlərindən biridir. Lakin bu problemin nəzəri-metodoloji aspektləri kifayət qədər öyrənilmədiyindən praktikada bir sıra çətinliklərlə rastlaşılır.

K. Marks infrastruktur anlayışını açıqlayaraq qeyd edirdi ki, “bu, əslində, istehsalın maddi şəraitini əks etdirən “ümumi əmək” vasitələri anlayışdır. Onsuz əmək prosesi ya tamamilə mümkün deyil, yaxud da o təkmilləşməmiş şəkildə baş verir... Qərbdə ilk dəfə infrastruktur termini XX əsrin əvvəllərində silahlı qüvvələrin hərbi qabiliyyətini təmin edən obyekt və qurğuların təhlilində istifadə olunmuşdur. Burada o, hərbi qüvvələrin fəaliyyətini təmin edən kompleks qurğuların (hərbi avadanlıq anbarlarının, hərbi aerodromların, radiolokasiya postlarının, poliqonların, raket meydançalarının və s.) məcmusu kimi başa düşülürdü” (1).

Müəssisənin inkişafı zamanı yaranan taktiki/strateji problemləri bacarıqla həll etmək lazımdır. Elə vəzifələrə təşkilati dəyişikliklərin aparılması, fəaliyyətin normativ tənzimlənməsi və funksional məsrəf təhlilinin aparılması daxildir.

Kiçik və böyük müəssisələrin proseslərin idarə edilməsi, biznes proseslərinə əsaslanan təşkilatın idarə edilməsi aşağıdakı üstünlükləri təmin edir:

– *Standartlaşdırma*. Eyni nəticəyə gətirib çıxaran bütün fəaliyyət növləri bir qrupa bölünür və ümumi strateji nəzarət standartlarına tabedir.

– *Təkmilləşdirmə*. Biznesin idarə edilməsinin təşkilati əsasları hər hansı bir iş prosesi üçün nəzarət dövrəsindən istifadəni və fəaliyyətin müntəzəm olaraq təkmilləşdirilməsini nəzərdə tutur.

– *Avtomatlaşdırma*. Kiçik biznesin səriştəli idarə edilməsi çox vaxt ixtisaslaşdırılmış informasiya sistemlərinin istifadəsini əhatə edir. Tipik olaraq bunlara biznes proseslərinin vizual modelləşdirilməsi, simulyasiya modelləşdirilməsi, biznes proseslərinin icrası və performans monitorinqi üçün alətlər daxildir.

“Biznesin idarə edilməsi sistemi yaratmaq üçün komandanın işləyəcəyi İT mühitinə ehtiyacınız olacaq. Xüsusi proqramlar şirkətdə baş verən hər şeyin tam qeydini aparır və əsas göstəriciləri izləyir.

Biznesi idarə etmək o qədər də asan iş deyil. Səlahiyyətləri direktorlara verməzdən əvvəl o, idarəetmə sisteminin layihələndirilməsi və qurulması üçün çox çalışılmalıdır” (2).

Müəssisə biznesdə uğuru heç vaxt asanlıqla əldə etmir. Yalnız effektiv idarəetmədən daim istifadə etməklə uzunmüddətli müvəffəqiyyət əldə etmək olar.

İdarəetmə haqqında tam bir elm mövcuddur. Məlum olur ki, sən demə, ölkəni, avtomobili, müəssisəni, raket qurğusunu və bağçada uşaq qrupunu idarəetmədə ümumi qanunlar, qaydalar, prinsiplər mövcuddur. İdarəetmə haqqında elm məhz onları öyrənir.

Biznesdə idarəetmə üçün həmçinin hədəflər, planlaşdırma, təşkilat və nəzarət lazımdır. Həm də bu hələ idarəetmənin “künc daşları”nın hamısı deyil. Müəssisəni idarə etmək – insanlarla münasibətdə olmaq deməkdir. O insanlarla ki, müxtəlif zövqləri, vərdişləri, maraqları və öz şəxsi məqsədləri ola bilər. Onlarda müəssisənin uğur qazanmasına maraq oyatmaq lazımdır. Elə etmək lazımdır ki, onlar müəssisəyə mümkün qədər çox qazanc gətirsinlər. Bu isə motivasiya adlanır.

“Əgər firmada bir nəfərdən çox insan varsa, müvəffəqiyyət bir çox hallarda onların arasında formalaşacaq münasibətlərdən asılı olacaq. Bəs işçilərin sayı onlarla və ya yüzlərlə olduqda necə? Biznesi idarə etmədə həmişə ünsiyyət problemi mövcuddur.

İnsana gələcəyə baxmaq, perspektivləri nəzərə alaraq öz fəaliyyətini planlaşdırmaq xasdır. İdarəetmədə bu *proqnozlaşdırma* adlanır.

Biznesdə idarəetmə menecment (ingilis sözü *management* – idarəetmə) adlanır. Bəs menecment nə deməkdir? Bu qarşıya qoyulmuş hədəflərə çatmaq bacarığıdır. Belə tərif sizə çox sadə görünə bilər. Ancaq onda idarəetmə fəaliyyətinin bütün növləri və məzmunu gizlənilir” (3).

Biznes prosesinin təkmilləşdirilməsi üçün öncə optimallaşma prosesini düzgün aparmaq lazımdır. Bu kifayət qədər populyar mövzudur. Hər kəsin ilk dəfə düzgün tətbiq edə bilməsi çətinidir, çünki biznesə yeni başlayanlar praktikada əks olunan səhvlərə yol verirlər.

Hər hansı bir müəssisə işçilər tərəfindən həyata keçirilən müəyyən iş proseslərinə əsaslanır. Bunlara satış, istehsal və idarəetmə prosesləri, satınalma, ofis işləri və s. daxildir. Müəssisə mövcud prosesləri avtomatlaşdırmağa başlayan kimi daha səmərəli olur.

Böyük təşkilatlar müəyyən standartın (ISO 9001) idarəetmə sistemi üzərində işləyirlər ki, bu da yüksək biznes mədəniyyətindən xəbər verir. Sistem elə qurulub ki, mümkün qədər çox proses təşkil etsin, eyni zamanda onları işıqlandırsın və planlaşdırsın.

“Biznes proseslərinin optimallaşdırılması müəyyən tədbirlər kompleksi olduğundan, nəzəri olaraq bunu mütəxəssis etməlidir. Böyük şirkətlərdə belədir. Amma prosesin necə qurulmasından asılı olmayaraq, vaxtaşırı onu yenidən təşkil etmək lazımdır, çünki iş şəraiti dəyişir, yeni vakansiyalar və proseslər yaranır. Optimallaşdırma aparılmazsa, təşkilatın hissələrinin normal işləməsinə mane olan münaqişələr yaranır. Və bu, başa düşdüyünüz kimi, son nəticədə mənfi təsirdə əks olunur” (4).

Çox vaxt mətbuatda sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan hüquqi şəxslərin müxtəlif adlarına rast gəlinir: firma, şirkət, müəssisə, təşkilat, korporasiya və s. Unutmamalıyıq ki, ən ümumi mənada müəssisə, məhsul istehsal edən, xidmət göstərən, qazanc əldə etmək və cəmiyyətin ehtiyaclarını ödəmək məqsədi ilə işləyən müstəqil iqtisadi subyekt kimi başa düşülür.

Müəssisənin vacib xüsusiyyətlərindən biri “əmlak kompleksi” anlayışı ilə ifadə edilə bilməsidir. Bu birlikdə vahid bir bütün təşkil edən daşınmaz və daşınar əmlakın adıdır. Bu kompleks müəyyən bir texnologiya və ya istehsal məqsədi ilə istifadə olunmalıdır.

Əksər hallarda bir müəssisə kommersiya təşkilatı kimi qeydiyyatla alınır, halbuki bəzi hallarda qeyri-kommersiya təşkilatları ticarət fəaliyyətini həyata keçirə bilər.

Müasir iqtisadiyyatda olan bir müəssisə xammal, material, montaj, hissə, komponent əldə edən əsas qaynaq istehlakçısı olur. Müəssisənin iqtisadiyyatda rolunu müəyyənləşdirən digər bir funksiyası eyni bazarda mal, iş, xidmət tədarükçüsü olmasıdır.

“Məhsulların yaradılması şirkətin istehsal şöbəsi tərəfindən təmin edilir. Müəssisənin satış və marketinq strukturları hazır məhsulların bazarda satışından məsuldur. Ümumiyyətlə, bir sənaye müəssisəsi müstəqil funksiyaları olan üç əsas alt sistemə malikdir. Bunlara daxildir:

- təchizat sistemi,
- istehsal sistemi,
- paylama sistemi.

Satınalma, istehsalın ehtiyac duyduğu mənbələri əldə etməkdən məsuldur. İkincisi, öz növbəsində, ehtiyatları hazır məhsul halına gətirəcək şəkildə dəyişdirir. Satış quruluşu məhsulların bazara çıxarılması və son istehlakçıya çatdırılması ilə məşğuldur.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyət göstərən müəssisələr həcmində, sahəsində, iş təcrübəsində və təşkilati-hüquqi formasına görə fərqlənir...

...Fəaliyyətinin miqyasına görə müəssisələr ənənəvi olaraq kiçik, orta və iriyə bölünürlər. Bazarın əhəmiyyətli bir hissəsini idarə edə bilən böyük müəssisələr ən böyük sabitliyə və həyat qabiliyyətinə sahibdirlər. Transmilli şirkətlərin bir çoxu dünyanın müxtəlif yerlərində filialları olan bazarda xüsusi üstünlüklərə malikdirlər.

Kiçik müəssisələr daha çevikdir və qurulması və ya bağlanması nisbətən asandır. Bu cür firmaların daima dəyişən iqtisadi fəaliyyət şərtlərinə uyğunlaşması daha asandır, idarəetmə baxımından daha çox hərəkətlidirlər” (5).

Müasir dövrdə biznesi idarə etmək üçün lazımi məlumatdan istifadə imkanının olmaması səbəbindən bu işdə uğurlu nəticələr əldə etmək, habelə müəssisənin fəaliyyətini inkişaf etdirmək mümkün deyil vəziyyətə gələ bilər. Təəssüf ki, bu problem bütün müəssisələrdə qeydə alınan ümumi hal kimi müəyyən olunur. Bu problem, adətən, müəssisə fəaliyyətinin idarə edilməsi prinsiplərindən istifadə etdikdə cari və müvafiq məlumatlar əsasında təsirli ideyaların formalaşması mümkün olmadıqda meydana gəlir. Bundan əlavə, müəssisənin müasir fəaliyyətinin idarə edilməsi metodlarının tətbiqi hələ də müəyyən dərəcədə çətin proses olaraq qalmaqdadır. Lakin bu metodlar dəyişməkdə davam edir və nəticədə bu dəyişiklik müəssisənin fəaliyyətində özünü göstərir.

“Gündən-günə inkişaf edən dünya bazarında demək olar ki, heç bir sənaye sahəsində uğur qazanmaq üçün sehirli vasitə yoxdur. Bunun üçün yalnız daim gələcəyə baxmaq və növbəti addımı düşünərək atmaq lazımdır. Uzaqgörən maliyyə məmurları müəssisənin fəaliyyətinin idarə edilməsi

üzrə alternativ həllərin axtarışını davam etdirmək niyyətindədirlər. Onların axtardığı həllər yeni şəraitə tezliklə uyğunlaşa bilmək xüsusiyyətinə malik olmalıdır” (6).

Müəssisə öncə biznes-planı sahib olmalıdır. Belə düşünmək lazım deyil ki, biznes-plan tək-cə öz işlərini geniş şəkildə təşkil edən iri müəssisələrə lazımdır. Dünya təcrübəsi göstərir ki, biznes-plan bütün müəssisələrə lazımdır.

İlk növbədə bu, öz ideyalarını diqqətlə təhlil etmək, onların səmərəliliyini və reallığını yoxlamaq, uğursuzluq riskini azaltmaq üçün gərəkdir. Bundan əlavə, biznes-plan hər hansı layihənin həyata keçirilməsi üçün pul və ya əmlak borc almaq istəyən müəssisələr üçün düşünülmüş işin reallığını, kredit və icarəyə götürülmüş əmlakın qaytarılabilmə imkanını təsdiqləməkdən ötrü təqdimat üçün lazımdır.

“Qarşıda duran fəaliyyətin xarakteri və şərtlərindən – istehsal həcmi, məhsulun növü (xidmətlər), onun yeniliyi və s. asılı olaraq biznes-planın tərkibi və strukturu əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər, amma məzmun eyni olaraq qalmalıdır. Bir qayda olaraq, biznes-plan bu hissələrdən ibarətdir: xülasə, məhsulun (xidmətin) təsviri, satış bazarının təhlili, rəqiblərin qiymətləndirilməsi, marketinq siyasəti, istehsalat planı, təşkilati və maliyyə planları.

...Xülasənin məzmununa görə investor çox vaxt biznes-planı sona qədər oxumağa vaxt sərf edib-etməyəcəyinə qərar verir, ona görə də xülasədə təklif olunan layihənin əsas müddəalarını dəqiq və inandırıcı şəkildə izah etmək lazımdır ki, kreditor və investorlar “Bu biznes planın uğurlu reallaşmasından onlar nə əldə edəcəklər?”, “Onlar tərəfindən pul itkisinin riski nə qədərdir?” suallarına cavab tapa bilsinlər” (7).

Bizneslər müntəzəm olaraq davamlı təkmilləşdirmə strategiyasından istifadə etməlidirlər. Davamlı təkmilləşdirmə nədir? Davamlı təkmilləşdirmə, davamlı təkmilləşdirmə prosesinin idarə edilməsini, layihənin idarə edilməsini və şirkətin ümumi əməliyyatlarını təkmilləşdirmək üçün şirkətin biznes təcrübələrində məqsədyönlü dəyişikliklərin davamlı prosesidir.

Tipik olaraq, davamlı təkmilləşdirmə fəaliyyətləri gündən-günə sabit olan bir sıra kiçik dəyişikliklərdən ibarətdir. Davamlı təkmilləşdirmə fəaliyyətlərinin əksəriyyəti ümumi iş prosesində artımlı, təkrarlanan təkmilləşdirmələrə diqqət yetirir. Uzunmüddətli perspektivdə bütün bu kiçik dəyişikliklər əhəmiyyətli transformasiyaya səbəb ola bilər.

“Biznesin idarə edilməsinin əsasları təşkilata biznes prosesləri toplusu kimi baxmaqdan ibarətdir. Bütün fərdi proseslər ümumi bir problemi həll etməyə kömək edir. İdarəetmə obyektini kimi təşkilatın səfərişli fəaliyyəti çıxış edir.

Biznes prosesinin idarə edilməsinin əsası təşkilati strukturu, onun bütün resurslarını və risklərini rasionallaşdırmaqdır. Hər bir fərdi mövzu hər hansı bir iş prosesinin son məhsuluna təsir edən hesab olunur. Bu yanaşma müəssisənin səmərəlilik dərəcəsini görmək üçün bütün amilləri planlı və ya faktiki göstəricilərə əlavə etməyə imkan verir. Təşkilatın və biznesin idarə edilməsinin əsasları sizə imkan verir: Bir məhsul istehsal etmək üçün nə qədər əsas resurs (insan və maddi) tələb olunduğunu hesablayın və nəzərə alın. Müəssisənin inkişafı zamanı yaranan taktiki/strateji problemləri bacarıqla həll etmək lazımdır. Belə vəzifələrə təşkilati dəyişikliklərin aparılması, fəaliyyətin normativ tənzimlənməsi və funksional məsrəf təhlilinin aparılması daxildir. Sistemin səmərəli idarəetmənin müasir tələblərinə uyğunluğu kiçik biznesin idarə edilməsinin əsaslarını da təmin edir” (8).

Hər bir biznes qurumunun inkişafı, təkmilləşdirilməsi onun biznes strategiyasının doğru tətbiqindən asılıdır. Lakin bəzən biznes sahibləri bizneslərinin idarəedilməsində çətinliklərlə üzləşir, gəlir əldə etmək əvəzinə borclanma ilə üzləşməli olur. Bu kimi hallar çox zaman sahibkarların mövcud bazar araşdırmasını doğru təhlil edə bilməmələrindən, uyğun strategiya və taktikaları tətbiq etməmələrindən, eləcə də idarəetmə bacarıqlarının zəif olmalarından qaynaqlanır. Biznesin inkişafı, təkmilləşdirilməsi bir işi daha da yaxşılaşdırmağa kömək edən fikirlər, təşəbbüslər və fəaliyyətlər kimi ümumiləşdirilə bilər. Buraya gəlirlərin artması, işin genişlənməsi baxımından böyümə, strateji tərəfdaşlıqlar qurmaqla və strateji iş qərarları verməklə gəlirliliyin artırılması daxildir.

“Biznesin inkişafı, daha da təkmilləşdirilməsi bir iş sahibinin və rəhbərliyin işi daha da yaxşılaşdırmaq məqsədi ilə həyata keçirdiyi geniş fikir, fəaliyyət və təşəbbüsləri əhatə edir. Uğurlu biznesin təkmilləşdirilməsi, satış, marketinq, istehsal, insan resursları, mühasibat uçotu, maliyyə,

məhsul inkişafı və satıcının idarə olunması da daxil olmaqla, şirkət daxilindəki hər bir elementə təsir edir.

Biznes inkişaf etdirmə fəaliyyətləri satış, marketinq, layihə rəhbərliyi, məhsul idarəçiliyi və satıcı idarə olunması da daxil olmaqla, işin müxtəlif bölmələrində (sahələrində) yayılır. Şəbəkələşmə, danışıqlar, ortaqlıqlar və xərclərə qənaət söyləri də iştirak edir. Bütün bu fərqli şöbələr və fəaliyyətlər idarə olunma və biznes inkişaf hədəfləri ilə uyğunlaşdırılır” (9).

Müəssisənin inkişaf və təkmilləşmə strategiyasının aşağıdakı əsas növləri vardır:

- təmərküzləşdirici artım strategiyaları,
- inteqrallaşdırılmış artım strategiyaları,
- diversifikasiyalı artım strategiyaları,
- ixtisaretmə strategiyaları.

Bu strategiya növləri arasındakı fərq biznesin aşağıdakı elementlərindən biri və ya bir neçəsinin dəyişməsi ilə bağlıdır:

- məhsul,
- texnologiya,
- bazar,
- sahə daxilində firmanın mövqeyi,
- sahə.

“Təmərküzləşdirici artım strategiyaları növünün tətbiqi zamanı məhsul və bazar dəyişilir, digər 3 element toxunulmaz qalır. Belə strategiyaların tətbiqi zamanı müəssisələr fəaliyyət göstərdiyi sahəni dəyişmədən buraxılan məhsulu təkmilləşdirməyə və ya yeni məhsul istehsalına cəhd göstərir.

İnteqrallaşdırılmış artım strategiyaları firmaya yeni bölmələrin, strukturların əlavə edilməsi yolu ilə firmanın genişləndirilməsini nəzərdə tutur. Bu strategiya növünün tətbiqi zamanı sahə və sahə daxilində firmanın mövqeyi dəyişir, digər 3 element toxunulmaz qalır.

Diversifikasiyalı artım strategiyaları firmaya hazırda istehsal etdiyi məhsulla mövcud sahə çərçivəsində malik olduğu bazarlarda inkişaf etmək imkanını tükətdikdə və ya sahə daxilində bundan sonrakı böyümə yüksək risk doğurduqda tətbiq edilir. Bu strategiya növündə biznesin bütün elementləri dəyişir.

İxtisaretmə strategiyaları əksər hallarda uzunmüddətli artım dövründən sonra struktur böhranları ilə əlaqədar olaraq, yaxud iqtisadiyyatdakı dəyişikliklərlə əlaqədar olaraq effektivliyin yüksəldilməsi zərurəti firmanı özünün güc və imkanlarına yenidən nəzər salmağa məcbur edir. Belə hallarda firmalar istehsalın məqsədyönlü və planlaşdırılmış qaydada ixtisarını həyata keçirirlər” (10).

Bu gün müəssisənin biznes prosesinin təkmilləşdirilməsi üçün informasiya kommunikasiya texnologiyalarından istifadə əla imkanlar yardır. Bəzi onlayn bizneslərin bazarı ələ keçirməyi və sürətlə böyüməyə necə nail olduqlarını heç düşünmüsünüzmü? Rəqəmsal dünya eksponent olaraq böyüdüüyü üçün onlayn biznesin necə inkişaf etdirilməsinin dinamikasını başa düşmək bu gün həmişəkindən daha vacibdir.

Onlayn biznes mürəkkəb dünyanı dolaşdıqca aydın olur ki, artım təkcə bir strategiya deyil, müxtəlif taktikaların qarışığıdır.

İşinizdə möhkəm təməl yaratmaqdan qabaqcıl rəqəmsal marketinq üsullarından istifadəyə qədər bu strategiyalar onlayn mövcudluğunuzu və biznesinizin böyüməsini artırmaq üçün hərtərəfli yol xəritənizi təmin edəcəkdir.

“İşinizi müəyyənləşdirmək və hədəf bazarınızı müəyyən etmək uğurlu onlayn biznesin təməl daşdır. Bunun üçün siz ideal müştərilərinizin kim olduğunu və hansı unikal təklifləri təqdim edə biləcəyinizi bilməlisiniz.

Bu aydınlıq məhsullarınızı, xidmətlərinizi və marketinq söylərinizi xüsusi ehtiyacları ödəmək üçün uyğunlaşdırmağa kömək edəcək və sizə hədəflənmiş və effektiv marketinq strategiyası həyata keçirməyə imkan verəcək...

...Peşəkar və istifadəçi dostu – veb-sayt sizin rəqəmsal vitrininizdir və onun əhəmiyyətini qiymətləndirməmək olmaz. O, qüsursuz istifadəçi təcrübəsini təmin etmək üçün vizual olaraq

cəlbedici, naviqasiyası asan və yüklənməsi tez olmalıdır. Bu, brendinizin etibarlılığını artırır və saytda daha uzun vaxt sərf etməyə səbəb olur ki, bu da satışların və müştəri loyallığının artmasına səbəb ola bilər” (11).

Biznesin inkişafı üçün rəqabət mühitinin mövcudluğu əsas şərtlərdən biridir. Rəqabətin olması üçün də inhisarçılıq aradan qaldırılmalı, monopoliya sistemi olmamalıdır.

“Biznes nə istehsal etməli, kimin üçün istehsal etməli suallarına cavab verməlidir. Bunun üçün də rəqabət lazımdır. Sahədaxili rəqabət məhsul vahidinə çəkilən xərclərin aşağı salınması, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi, texniki inkişafın sürətlənməsi, məhsulların keyfiyyətlərinin yaxşılaşdırılması üçün stimül yaradırsa, sahələrarası rəqabət kapitalın bir sahədən digərinə axması yolu ilə iqtisadiyyatın optimal quruluşunu formalaşdırır, perspektivli sahələrin inkişafına şərait yaradır” (12).

Nəticə

Müəllif müəssisənin biznes prosesinin təkmilləşdirilməsini və inkişafını tədqiq etmişdir. Müasir dünyanın intibahı biznes strukturlarının inkişafından və işinin gündən-günə təkmilləşdirilməsindən asılı olduğunu qəbul etsək, o zaman müəllifin araşdırdığı mövzunun aktuallığını dərk etməkdə çətinliyimiz olmaz. Məqalədən görünür ki, tədqiqatçı üzərində işlədiyi mövzunun öhdəsindən bacarıqla gəlməyi bacarmışdır.

Ədəbiyyat

1. <https://abdullayevkhayal.files.wordpress.com>>....
2. <https://azerbusiness.az>>info>post
3. <https://sahibkarol.biz>>virtual_tehsil
4. az.techconfronts.com/17170658-business-process-...
5. az.periodicalfinance.com>Biznes
6. banco.az>az/news/muessisenin –muasir-fealiyyetinin...
7. banker.az>müəssisənin-biznes-plani-qisa-dərslik/
8. azerbusiness.az>info/post/201/
9. <https://cesd.az>>new>2021/03
10. <https://huseynovablog.files.wordpress.com>>....
11. <https://www.doola.com>>blog>h...
12. <https://quizlet.com>biznesin-əsasl...

Göndərilib: 17.03.2024

Qəbul edilib: 13.05.2024