

Məqalə redaksiyaya daxil olub 04.12.2025

The article was received by editorial board on 04.12.2025

Статья принята к печати 04.12.2025

MÜASİR DÖVRDƏ BİZNES MÜHİTİNİN FORMALAŞMASININ NƏZƏRİ ƏSASLARI

Xülasə

Müasir dövrdə biznes mühitinin formalaşması iqtisadi, sosial, texnoloji və institusional amillərin qarşılıqlı təsiri nəticəsində baş verən dinamik bir prosesdir. Qlobal iqtisadi inteqrasiya, rəqabətin güclənməsi və innovasiyaların sürətli inkişafı biznes mühitinin strukturunu köklü şəkildə dəyişdirərək yeni fəaliyyət modellərinin meydana çıxmasına səbəb olmuşdur. Biznes mühitinin nəzəri əsasları klassik iqtisadi baxışlardan başlayaraq institusional, davranışsal və innovasiya iqtisadiyyatı kimi müxtəlif nəzəri məktəblər tərəfindən izah olunur. Klassik nəzəriyyələr bazar mexanizminin sərbəst fəaliyyətini vurğulayırsa, müasir yanaşmalar dövlət tənzimlənməsinin, rəqabət siyasətinin, informasiya asimetriyasının və korporativ idarəetmənin biznes mühitinə təsirini ön plana çıxarır. Texnoloji transformasiya, rəqəmsallaşma, süni intellekt və platforma iqtisadiyyatı biznes subyektlərinin fəaliyyət prinsiplərini dəyişərək daha çevik, şəffaf və innovativ iqtisadi modelin formalaşmasına imkan yaratmışdır. Eyni zamanda institusional mühit – qanunvericilik, mülkiyyət hüquqları, tənzimləyici çərçivə və dövlətin iqtisadi siyasəti – biznes mühitinin sabitliyində həlledici rol oynayır. Sosial amillər, istehlakçı davranışlar və əmək bazarının xüsusiyyətləri də müasir biznes ekosisteminin tərkib hissəsidir. Nəticə etibarilə, biznes mühitinin formalaşmasının nəzəri əsasları çoxşaxəlidir və iqtisadi sistemin dayanıqlılığını təmin edən institusional, texnoloji və sosial faktorların kompleks qarşılıqlı təsirini özündə əks etdirir.

Açar sözlər: innovasiya iqtisadiyyatı, biznes subyektləri, fəaliyyət prinsiplər, əmək bazarı.

GİRİŞ

Müasir iqtisadiyyatın dinamik inkişaf etdiyi bir dövrdə biznes mühitinin mahiyyətinin dərk edilməsi müəssisələrin uğurlu fəaliyyətinin əsas şərtlərindən biridir. Biznes mühiti, geniş mənada, şirkətlərin fəaliyyət göstərdiyi iqtisadi, sosial, hüquqi və texnoloji şəraiti ifadə edir və bu mühidə baş verən dəyişikliklər birbaşa və ya dolay yolla müəssisələrin fəaliyyətinə, strateji qərarlarına və rəqabət qabiliyyətinə təsir edir. Biznes mühitinin mahiyyətinin öyrənilməsi həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan mühüm əhəmiyyət kəsb edir, çünki müəssisələr yalnız fəaliyyət göstərdikləri mühitin tələblərini və çağırışlarını düzgün qiymətləndirdikdə davamlı inkişaf edə bilirlər.

Biznes mühiti ümumilikdə təşkilatların nəzarətindən kənarında olan, lakin onların strateji qərarlarını və fəaliyyət istiqamətlərini müəyyən edən xarici faktorların məcmusu kimi qəbul edilir. Bu anlayışa siyasi sabitlik, dövlət siyasətləri, bazar strukturu, rəqəmsallaşma səviyyəsi, hüquqi tənzimləmə, istehlakçı davranışları və sosial tendensiyalar kimi amillər daxildir. Biznes mühitinin iqtisadi məzmunu onun iqtisadi sistem daxilində necə formalaşdığını izah edir: burada resursların bölgüsü, istehsal dəyəri, bazar tələbi, rəqabət strukturu və iqtisadi siyasətlərin qarşılıqlı təsiri öz əksini tapır. Başqa sözlə, biznes mühiti iqtisadiyyatın mikro və makro komponentlərini birləşdirən kompleks ekosistemdir.

Bu mühit davamlı olaraq dəyişir və bu dəyişkənlik bizneslərin çevik strategiyalar formalaşdırmasını tələb edir. Məsələn, elektron kommersionun genişlənməsi, rəqəmsal ödənişlərin

artması və yeni texnologiyaların tətbiqi müasir biznes mühitinin transformasiya edən əsas qüvvələrindəndir. Buna uyğunlaşma qabiliyyəti olmayan müəssisələr rəqabət üstünlüyünü itirirlər [5, s.81].

Biznes mühitini formalaşdıran amillər ənənəvi olaraq iki böyük qrupa – makro və mikro amillərə bölünür. Makro amillər təşkilatın fəaliyyət göstərdiyi geniş iqtisadi sistemi əhatə edir və müəssisənin birbaşa nəzarət edə bilmədiyi faktorları özündə cəmləşdirir. Bu amillərə iqtisadi artım tempi, inflyasiya səviyyəsi, dövlətin fiskal və monetar siyasəti, vergi sistemi, siyasi sabitlik, xarici ticarət qaydaları və texnoloji yeniliklər daxildir. Məsələn, faiz dərəcələrinin artması kredit resurslarının bahalaşmasına səbəb olur və bu, bizneslərin investisiya qərarlarını məhdudlaşdırır.

Mikro mühit isə müəssisənin gündəlik fəaliyyətinə daha birbaşa təsir edən amilləri əhatə edir. Buraya istehlakçılar, rəqiblər, tədarükçülər, vasitəçilər və əmək resursları daxildir. Mikro mühitin dəyişkənliyi bazarın strukturundan və rəqabətin səviyyəsindən asılıdır. Məsələn, istehlakçıların zövqlərindəki dəyişikliklər məhsul müxtəlifliyinin artırılmasını tələb edə bilər, rəqiblərin aqressiv qiymət strategiyaları isə müəssisəni daha innovativ yanaşmalar tətbiq etməyə sövq edir. Mikro amillərin düzgün təhlili şirkətin bazarda mövqeyinin möhkəmləndirilməsi üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Müasir dövrdə biznes mühiti yalnız yerli şərtlərlə məhdudlaşmır. Qloballaşma nəticəsində iqtisadi sistemlər arasında əlaqələr güclənmiş, ölkələrarası ticarət və kapital axınları genişlənməmişdir. Qlobal mühitə beynəlxalq maliyyə bazarları, dünya iqtisadi trendləri, qlobal rəqabət, texnoloji yeniliklər və beynəlxalq təşkilatların qərarları daxildir. Məsələn, dünya üzrə enerji qiymətlərinin dəyişməsi enerji asılı ölkələrdə biznes fəaliyyətinə ciddi təsir göstərir. Eyni şəkildə, qlobal ticarət qaydaları və beynəlxalq siyasi münasibətlər şirkətlərin xarici bazarlara çıxış imkanlarını formalaşdırır.

Yerli mühit isə ölkənin daxili iqtisadi şəraitini əhatə edir və milli qanunvericilik, institusional struktur, əmək bazarı, istehlakçı davranışları və mədəni amillərdən ibarətdir. Yerli mühitin biznesə təsiri daha konkret və birbaşa olur. Məsələn, dövlətin vergi güzəştləri və investisiya təşviq proqramları müəssisələrin fəaliyyətini stimullaşdırır. Əksinə, tənzimləmə mexanizmlərinin sərtliyi biznes üçün əlavə xərclər yarada bilər.

Nəticə etibarilə, biznes mühiti çoxkomponentli və daim dəyişən bir sistemdir. Bu mühitin iqtisadi məzmununun, makro və mikro amillərin, həmçinin qlobal və yerli faktorların kompleks şəkildə təhlili müəssisələrin dayanıqlı inkişafı və düzgün strateji qərarlar qəbul etməsi üçün fundamental əhəmiyyət daşıyır [8, s.93].

Klassik və neoklassik nəzəriyyələrin biznes mühitinə baxışı

Klassik və neoklassik iqtisadi nəzəriyyələr biznes mühitinin formalaşmasında fundamental anlayış və prinsiplər yaratmışdır. Bu nəzəriyyələr bazar iqtisadiyyatının mahiyyətini, rəqabətin rolunu, resursların bölgüsünü və qiymət mexanizmini izah etməklə, müəssisələrin davranış modelinə və qərarvermə prosesinə dərin təsir göstərmişdir. Müasir biznes mühiti də böyük ölçüdə məhz bu nəzəriyyələrin formalaşdırdığı iqtisadi qanunauyğunluqlara əsaslanır.

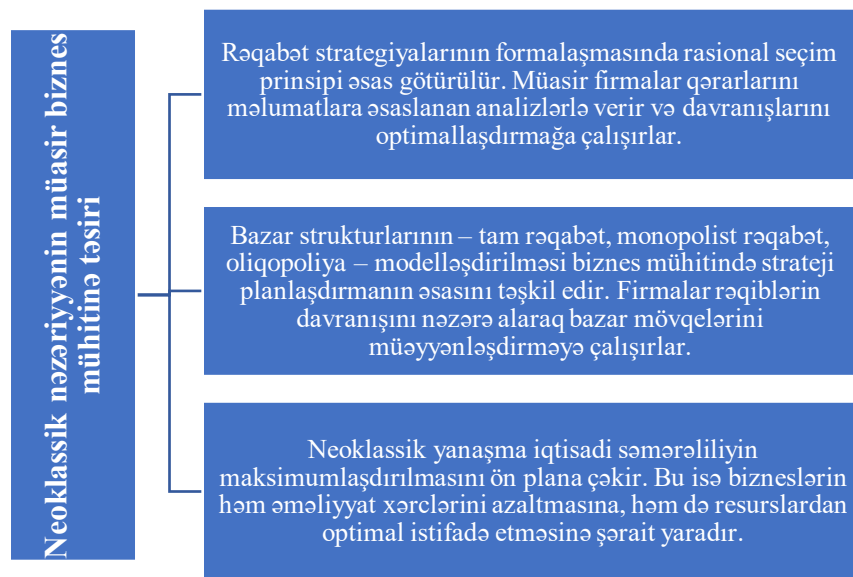
Klassik iqtisadçılar – xüsusilə Adam Smit, Devid Rikardo və Con Stüart Mill – bazar mexanizmini iqtisadi sistemin təbii tənzimləyicisi kimi qiymətləndirirdilər. Onların fikrincə, sərbəst rəqabət şəraitində firmalar və istehlakçılar arasında qarşılıqlı əlaqə görünməz əl prinsipini formalaşdırır; bu mexanizm həm qiymətlərin, həm istehsal həcmələrinin, həm də resurs bölgüsünün optimal səviyyədə müəyyənləşdirilməsinə imkan yaradır. Smitə görə, rəqabət mühiti biznes fəaliyyətinin ana xəttidir, çünki rəqabət olmadan innovasiya, məhsuldarlıq və keyfiyyət artmır.

Neoklassik nəzəriyyə isə sərbəst bazarı daha formal modellərlə izah edir. Neoklassik iqtisadçılar üçün bazar mühiti tam rəqabət, rəşional istehlakçı və firmalar kimi anlayışlara söykənir. Bu yanaşmada firma mənfəətini, istehlakçı isə faydasını maksimumlaşdırmağa çalışır. Beləliklə, biznes mühitinin əsas tərtib elementi davranış modellərinin riyazi və analitik təhlilidir. Bu yanaşma iqtisadi münasibətlərin proqnozlaşdırıla bilən formaya salınmasına kömək edir.

Klassik nəzəriyyədə resursların bölgüsündə əmək, kapital və torpağın rolu xüsusi vurğulanır. Bu resursların bölgüsü bazar vasitəsilə tənzimlənir və qiymət siqnalları firmaların qərarverməsinə istiqamətləndirir. Rikardonun komparativ üstünlüklər nəzəriyyəsi isə beynəlxalq biznes mühitinin formalaşmasına həlledici təsir göstərmişdir, çünki bu yanaşma hər bir ölkənin resurs üstünlüklərinə əsaslanaraq ixtisaslaşmasını iqtisadi faydalı hesab edir.

Neoklassik yanaşmada isə qiymət siqnallarının rolu daha dəqiq modelləşdirilir. Qiymət – həm istehsalçıya, həm də istehlakçıya informasiya ötürən əsas mexanizmdir. Qiymətlərin dəyişməsi bazarda tələb və təklifin balanslaşdırılmasına və firmaların optimal istehsal qərarları verməsinə imkan yaradır. Bu prinsiplər müasir biznes mühitində hələ də öz aktuallığını qoruyur; şirkətlər bazar siqnallarına əsaslanaraq məhsul çeşidini, həcmi və bazara daxilolma strategiyalarını müəyyənləşdirirlər.

Sxem 1: Neoklassik nəzəriyyənin müasir biznes mühitinə təsiri



Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Klassik və neoklassik iqtisadi nəzəriyyələr müasir biznes mühitinin konseptual bazasını təşkil edir. Bu nəzəriyyələr bazar mexanizminin funksionallaşmasını, rəqabətin əhəmiyyətini, iqtisadi davranışın məntiqini və resurs bölgüsünün prinsiplərini izah etməklə, bizneslərin fəaliyyət qaydalarının formalaşmasında həlledici rol oynamışdır.

Müasir iqtisadi nəzəriyyələr: institusional və davranışsal yanaşmalar

Müasir iqtisadi nəzəriyyələr biznes mühitində baş verən prosesləri daha dərinə anlamaq üçün klassik və neoklassik yanaşmaların hüdudlarını aşaraq yeni konseptual çərçivələr formalaşdırmışdır. Bu nəzəriyyələrdən ən önəmliləri institusional və davranışsal iqtisadiyyatdır. Hər iki istiqamət iqtisadi fəaliyyətin yalnız bazar qanunları ilə deyil, həm də sosial, hüquqi, psixoloji və təşkilati amillərlə müəyyənləşdiyini göstərir. Bu yanaşmalar müasir biznes mühitinin kompleks, dəyişkən və çoxsəviyyəli strukturunu izah etmək baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır [3, s.45].

İnstitusional iqtisadiyyat iqtisadi davranışı formalaşdırın formal və qeyri-formal institutların – yəni qanunlar, qaydalar, adət-ənənələr, sosial normalar, mülkiyyət hüquqları və təşkilati strukturların – rolunu tədqiq edir. Douqlas Nortun yanaşmasına əsasən, iqtisadi inkişafın əsasını məhz səmərəli institutlar təşkil edir. Çünki institutlar bazar münasibətlərinin işləkliyini təmin edir, qeyri-müəyyənliyi azaldır, əməliyyat xərclərini aşağı salır və iqtisadi agentlər arasında etibar artırır.

Qanunvericilik və normativ çərçivə biznes mühitinin formalaşmasında həlledici rol oynayır. Hüquqi sabitlik və mülkiyyət hüquqlarının qorunması sahibkarların investisiya qərarlarına birbaşa təsir göstərən amillərdir. Əgər dövlət mülkiyyətin toxunulmazlığını təmin edir, müqavilə

münasibətlərini effektiv şəkildə tənzimləyir və məhkəmə sistemi operativ fəaliyyət göstərsə, bizneslər daha az risklə fəaliyyət göstərir və uzunmüddətli investisiyalar edirlər.

Eyni zamanda, institusional mühit iqtisadi agentlərin davranışını stimullaşdıran və ya məhdudlaşdıran çərçivə rolunu oynayır. Vergi sistemi, tənzimləmə qaydaları, lisenziyalaşdırma mexanizmləri və rəqabət qanunvericiliyi biznes proseslərinin səmərəliliyinə və bazar strukturuna birbaşa təsir edir. Beləliklə, iqtisadi sistemin effektivliyi yalnız bazar qüvvələrinin deyil, həm də institusional mühitin keyfiyyətindən asılıdır.

Institusional yanaşmanın vacib tərkib hissələrindən biri də korporativ idarəetmə və iqtisadi təşkilatlardır. Müasir biznes mühitində şirkətlərin idarəetmə mexanizmləri yalnız daxili idarəetmə prosesləri ilə deyil, həm də onların iqtisadi və sosial institutlarla qarşılıqlı əlaqəsi ilə müəyyənləşir.

Korporativ idarəetmə anlayışı, əsasən, şirkət daxilində qərar vermə mexanizmlərini, menecerlərin və səhmdarların münasibətlərini, öhdəlik və məsuliyyət bölgüsünü, şəffaflıq və hesabatlılıq standartlarını əhatə edir. Səmərəli korporativ idarəetmə investor etibarını gücləndirir, şirkətin maliyyə dayanıqlığını artırır və bazarda rəqabət qabiliyyətini yüksəldir. Bu baxımdan korporativ idarəetmə institutları biznes mühitinin ayrılmaz komponenti kimi çıxış edir.

İqtisadi təşkilatlar – assosiasiyalar, ticarət palataları, biznes şuraları və qeyri-hökumət iqtisadi institutları – bazar iştirakçıları arasında əlaqələri gücləndirir və iqtisadi mühitin tənzimlənməsində vacib rol oynayır. Bu təşkilatlar həm dövlət və biznes arasında dialoqu formalaşdırır, həm də sahibkarların maraqlarını müdafiə edir.

Müasir biznes mühitini anlamaq üçün yalnız iqtisadi qanunlar və institusional çərçivə kifayət etmir. İnsan davranışı bəzən rasional modellərlə izah olunmur. Bu səbəbdən davranış iqtisadiyyatı iqtisadi qərarların psixoloji, emosional və sosial amillərlə necə formalaşdığını araşdırır [2, s.52].

Davranış iqtisadçıları – xüsusilə Daniel Kaneman və Riçard Tayler – göstərmişdir ki, qərar vermə prosesində insanlar çox vaxt heuristik yanaşmalara, qısayollar və emosional impulslar əsasında seçimlərə üstünlük verirlər. Bu isə bazar davranışlarının klassik nəzəriyyələrdə göstərilirdiyi qədər rasional olmadığını göstərir.

Davranış iqtisadiyyatı biznes mühiti üçün üç əsas nəticə yaradır. Birincisi, istehlakçı davranışının proqnozlaşdırılması emosional və psixoloji amillərin nəzərə alınmasını tələb edir. Şirkətlər reklam strategiyalarında, qiymət siyasətində və məhsul dizaynında bu faktorları əsas götürürlər. İkincisi, menecment və liderlik qərarları çox vaxt qeyri-rasional amillərdən təsirlənir. Qrup düşüncəsi (groupthink), həddindən artıq inam və riskdən yayınma kimi davranışlar təşkilatın idarəetmə effektivliyini zəiflədə bilər. Üçüncüsü, davranışsal modellər dövlət siyasətində də tətbiq olunur. “Nudge” (təkan) yanaşması ilə dövlətlər iqtisadi agentlərin davranışını sərt məcburetə olmadan, psixoloji təsir vasitəsilə formalaşdırma bilirlər. Institusional və davranışsal yanaşmalar müasir biznes mühitinin daha geniş və real təsvirini təqdim edir. İqtisadi sistemin effektivliyi yalnız bazar mexanizminə bağlı deyil; hüquqi çərçivə, mülkiyyət hüquqları, korporativ institutlar, təşkilati strukturlar və insan psixologiyası biznes fəaliyyətinin ayrılmaz elementləridir.

Texnoloji transformasiya və innovasiya nəzəriyyələri

Müasir dövrdə texnologiyanın sürətli inkişafı iqtisadiyyatın bütün sahələrini yenidən formalaşdırmış, biznes mühitini köklü şəkildə dəyişdirmişdir. Texnoloji transformasiya və innovasiya nəzəriyyələri bu dəyişikliklərin mahiyyətini anlamaq üçün fundamental elmi çərçivə yaradır. Rəqəmsallaşma, süni intellekt, avtomatlaşma və platforma əsaslı biznes modelləri müasir iqtisadi dinamikanın əsas istiqamətlərini müəyyən edir və şirkətlərin fəaliyyət strategiyalarına birbaşa təsir göstərir. Bu çərçivədə innovasiya iqtisadiyyatı və texnoloji dəyişikliklərin biznes modellərinə təsiri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir [6, s.27].

Rəqəmsallaşma iqtisadiyyatın bütün səviyyələrində məlumat axınlarının, əməliyyat proseslərinin və istehsal fəaliyyətinin rəqəmsal texnologiyalar üzərində qurulmasını ifadə edir. Bu proses iqtisadi səmərəliliyi artırır, əməliyyat xərclərini azaldır və bizneslərin çevikliyini yüksəldir. İnnovasiya iqtisadiyyatı nəzəriyyələri rəqəmsal texnologiyaların yeni dəyər yaratma formaları

meydana gətirdiyini vurğulayır. Məsələn, məlumat (data) XXI əsrin yeni iqtisadi resursu kimi çıxış edir və rəqəmsal bazarlarda strateji üstünlük təmin edir.

Şumpeterin innovasiya nəzəriyyəsinə əsasən, iqtisadi inkişafın əsas hərəkətvericisi “yaradıcı dağdıçılıq”dır – yəni köhnə texnologiyaların yeniləri ilə əvəz olunması. Rəqəmsallaşma prosesi məhz bu mexanizmi gücləndirir: elektron ticarətin ənənəvi pərakəndə satış modeli üzərində üstünlük qazanması, rəqəmsal bankçılığın ənənəvi bank xidmətlərini dəyişdirməsi və onlayn xidmətlərin real sektorun çox hissəsini transformasiya etməsi buna nümunədir.

Innovasiya iqtisadiyyatı həmçinin bizneslər arasında rəqabətin xarakterini dəyişir. Texnologiyaya əsaslanan şirkətlər bazara daxil olma xərclərini minimuma endirdiyi üçün yeni oyunçular daha asan şəkildə rəqabətə qoşula bilir. Bununla yanaşı, rəqəmsal ekosistemlər – bulud xidmətləri, verilənlər bazası platformaları, proqram təminatı infrastrukturunu – şirkətlərin innovasiya potensialını genişləndirir və yeni biznes modellərinin yaranmasına şərait yaradır.

Süni intellekt (SI) və avtomatlaşma müasir iqtisadiyyatın ən təsirli texnoloji dəyişikliklərindəndir. SI alqoritmləri böyük həcmdə məlumatı tez bir zamanda analiz edərək daha dəqiq qərar verməyə imkan yaradır, beləliklə biznes proseslərini optimallaşdırır. Maliyyə, səhiyyə, logistika, istehsal və xidmət sektorlarında SI-nin tətbiqi əməliyyat sürətini artırır, insan səhvlərini azaldır və məhsuldarlığı yüksəldir.

Avtomatlaşma isə əmək bazarında ciddi struktur dəyişikliklərinə səbəb olur. Aşağı ixtisas tələb edən işlərin məşinlər tərəfindən əvəz olunması, yüksək ixtisasların isə daha çox tələb olunması biznes mühitinin insan kapitalına olan yanaşmasını dəyişir. Bu proses həm də şirkətlərin rəqabət qabiliyyətini müəyyən edən əsas amillərdən birinə çevrilir.

Platforma biznes modeli – Uber, Airbnb, Amazon, Alibaba kimi şirkətlərin tətbiq etdiyi yanaşma – iqtisadi sistemdə vasitəçilik mexanizmlərini yenidən təşkil edir. Bu model istehsal və təchizat üzərində nəzarəti deyil, bazar iştirakçılarını əlaqələndirən rəqəmsal platformaların idarəsini əsas götürür. Platforma iqtisadiyyatı şəbəkə effektləri ilə güclənir: istifadəçi sayı artdıqca platformanın dəyəri artır və bazar üstünlüyü möhkəmlənir. Bu, ənənəvi biznes modelləri ilə müqayisədə daha sürətli böyümə və daha geniş miqyas iqtisadiyyatı təmin edir.

Texnoloji transformasiya biznes modellərinin strukturunu və dəyər zəncirlərini fundamental şəkildə dəyişir. Keçmişdə istehsal gücü və fiziki kapital üstünlük təşkil edirdisə, indi rəqəmsal aktivlər – məlumat, proqram təminatı, analitika və şəbəkə infrastrukturunu – daha böyük strateji rol oynayır. Rəqəmsallaşma nəticəsində aşağıdakı əsas dəyişikliklər müşahidə olunur. Birincisi, biznes modelləri daha çevik olur. Rəqəmsal alətlər şirkətlərin bazar tələbinə daha operativ reaksiya göstərməsini təmin edir. Bu isə dəyişkən biznes mühitində rəqabət üstünlüyü yaradır. İkincisi, müştəri yönümlü yanaşma güclənir. Məhsul və xidmətlərin fərdiləşdirilməsi, süni intellekt əsasında təklif sistemləri, onlayn platformalarda məlumat analitikası müştərilərin ehtiyaclarını daha dəqiq müəyyən etməyə imkan verir. Üçüncüsü, resursların istifadəsi optimallaşır. Bulud texnologiyaları, avtomatlaşdırılmış istehsal sistemləri və rəqəmsal logistika xərcləri azaldır və iş proseslərini səmərəli edir. Dördüncüsü, bizneslər arasında sərhədlər silinir. Texnoloji şirkətlər maliyyə, nəqliyyat, media və digər sahələrə daxil olaraq ənənəvi sənaye strukturlarını dəyişdirir. Beləliklə, texnoloji dəyişikliklər yeni biznes mühitini formalaşdırır və innovasiya yönümlü yanaşmalar iqtisadi rəqabətin əsas hərəkətverici qüvvəsinə çevrilir [4, s.51].

Sosial və demoqrafik amillərin nəzəri izahı

Müasir biznes mühitini formalaşdıran əsas faktorlar sırasında sosial və demoqrafik amillərin rolu xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Cəmiyyətin sosial strukturu, əhali tərkibi, demoqrafik dəyişikliklər, istehlakçı davranışları və əmək bazarının inkişaf dinamikası iqtisadi prosesləri dərin şəkildə təsirləndirir. Biznes subyektləri üçün isə bu amillərin nəzəri izahı strateji planlaşdırmada, məhsul siyasətində və resursların idarə olunmasında həlledici rol oynayır. Sosial və demoqrafik yanaşmalar iqtisadi davranışın yalnız bazar mexanizmləri ilə deyil, insan faktorları və cəmiyyətin inkişaf tendensiyaları ilə formalaşdığını vurğulayır.

İstehlakçı davranışlarının nəzəri izahı sosial psixologiya, davranış iqtisadiyyatı və sosiologiyanın kəsişməsində formalaşan çoxşaxəli bir sahədir. Klassik iqtisadi nəzəriyyəyə görə, istehlakçılar rasionallığa əsaslanan qərarlar verirlər. Lakin müasir yanaşmalar göstərir ki, seçimlər çox vaxt emosional, sosial, mədəni və psixoloji təsirlərdən formalaşır. Sosial meyllər – dəb, qrup davranışı, sosial təsir, brend imici – fərdlərin istehlak qərarlarını dəyişdirən mühüm faktorlardır.

Rəqəmsallaşmanın sürətlə yayılması istehlakçı davranışına yeni formatlar gətirmişdir. Onlayn alış-veriş vərdişlərinin artması, sosial media təsirçilərinin (influencer) rolunun güclənməsi, rəqəmsal reklamın genişlənməsi istehlakçı qərarlarının formalaşmasında sosial təsirin gücünü artırır. Bu kontekstdə bizneslər istehlakçı davranışını proqnozlaşdırmaq üçün psixoloji modellərdən, data analitikadan və sosial tendensiyaların təhlilindən geniş istifadə edirlər.

Eyni zamanda, demoqrafik dəyişikliklər – gənc əhalinin payı, yaşlanma prosesi, şəhərləşmə səviyyəsi – istehlak bazarının strukturunu müəyyən edir. Məsələn, gənc əhalinin üstünlük təşkil etdiyi cəmiyyətlərdə texnoloji məhsullara və xidmətlərə tələbat daha yüksək olur, yaşlı əhalinin artdığı ölkələrdə isə səhiyyə və sosial xidmət sektorları daha sürətlə inkişaf edir.

Sosial və demoqrafik amillər əmək bazarının strukturunu və inkişaf dinamikasını da formalaşdırır. Əmək bazarındakı dəyişiklikləri izah edən nəzəriyyələr göstərir ki, demoqrafik struktur həm işçi qüvvəsinin miqdarını, həm də keyfiyyətini müəyyən edir. Məsələn, doğum səviyyəsində azalma uzunmüddətli perspektivdə işçi çatışmazlığı yaradır, bu isə əmək haqqı artımına və məhsuldarlığın yüksəldilməsinə yönəlik texnoloji həllərin inkişafına səbəb ola bilər.

Gender rollarında dəyişikliklər, qadınların işçi qüvvəsinə daha geniş şəkildə qoşulması və ailə strukturlarında transformasiya da əmək bazarına təsir edən əsas sosial meyllərdəndir. Təhsil səviyyəsinin yüksəlməsi insan kapitalının inkişafını sürətləndirir və daha ixtisaslı işçi qüvvəsi yaradır. Bununla yanaşı, miqrasiya prosesləri əmək bazarında həm çeviklik, həm də müxtəliflik yaratmaqla iqtisadi dinamikanı artırır.

Əmək bazarındakı dəyişikliklər bizneslərin idarəetmə strategiyalarını da formalaşdırır. Müasir dövrdə işçi motivasiyası, iş mühitinin keyfiyyəti, əmək münasibətlərində elastiklik, distant iş formatı və işçi məmnuniyyəti şirkətlərin insan resursları siyasətinin əsas elementlərinə çevrilmişdir. Bu dəyişikliklər sosial və demoqrafik amillərin iqtisadi mühitə təsirini daha da gücləndirir.

Müasir biznes mühitində insan kapitalının rolu üç əsas istiqamətdə özünü göstərir. Birincisi, yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsi innovasiya və məhsuldarlıq artımının əsas mənbəyidir. Texnoloji transformasiya dövründə şirkətlər daha çox analitik düşüncəyə, texniki bacarığa və rəqəmsal kompetensiyalara malik işçilərə ehtiyac duyur. İkincisi, insan kapitalı təşkilat içində idarəetmə səmərəliliyini artırır. Komanda işi, liderlik, strateji düşüncə və kommunikasiya bacarıqları biznes proseslərinin optimallaşdırılmasına təkan verir. Üçüncüsü, sosial kapital və işçi mədəniyyəti şirkətin innovasiya potensialını genişləndirir. Güclü təşkilatı mədəniyyət əməkdaşların motivasiyasını artırır, yeni ideyaların yaranmasına şərait yaradır və biznesin rəqabət qabiliyyətini yüksəldir. Sosial və demoqrafik amillər müasir biznes mühitinin formalaşmasında fundamental rol oynayır. İstehlakçı davranışları, əmək bazarındakı dəyişikliklər və insan kapitalının keyfiyyəti biznes strategiyalarını, məhsul siyasətini və rəqabət üstünlüklərini müəyyən edən əsas faktorlar sırasındadır [1, s.123].

Dövlətin rolu və siyasətlərin biznes mühitinə təsiri

Müasir iqtisadiyyatların inkişaf trayektoriyası göstərir ki, biznes mühitinin formalaşmasında dövlətin rolu həlledici əhəmiyyət daşıyır. Dövlət tənzimləmə siyasəti, vergi sistemi, hüquqi çərçivə və müxtəlif stimullaşdırıcı alətlər vasitəsilə sahibkarlıq fəaliyyətinin qaydalarını müəyyən edir, iqtisadi subyektlərin qarşılıqlı əlaqəsini tənzimləyir və dayanıqlı inkişaf üçün əlverişli şərait yaradır. Dövlət müdaxiləsinin səviyyəsi və keyfiyyəti biznes subyektlərinin rəqabət qabiliyyətinə, investisiya mühitinə, innovativ fəaliyyətə və uzunmüddətli iqtisadi sabitliyə birbaşa təsir göstərir.

Tənzimləmə siyasəti, vergi və stimullaşdırıcı alətlər biznesin fəaliyyətinə həm müsbət, həm də mənfi təsir göstərə bilər. Effektiv tənzimləmə mexanizmləri bazarların şəffaflığını artırır, riskləri azaldır, istehlakçı və investörlərin hüquqlarını qoruyur. Lakin həddindən artıq normativ yüklənmə, mürəkkəb lisenziyalaşdırma və yüksək inzibati xərclər sahibkarlığı ləngidə, xərcləri artırır və qeyri-

rəsmi iqtisadiyyatın genişlənməsinə gətirib çıxara bilər. Vergi siyasəti də biznes mühitinin formalaşmasında başlıca alətlərdən biridir: azad iqtisadi zonalar, vergi güzəştləri, investisiya təşviqi və startaplar üçün vergi preferensiyaları yeni bizneslərin yaranmasını stimullaşdırır. İnnovasiya yönümlü iqtisadiyyatlarda vergi kreditləri, AR-GE xərclərinin subsidiyalaşdırılması və innovasiya fondlarının yaradılması xüsusi əhəmiyyət daşıyır, çünki bu mexanizmlər yüksək texnoloji fəaliyyətə sərmayə qoyuluşunu təşviq edir.

Rəqabət mühiti və biznesin hüquqi bazası da iqtisadi fəaliyyətin keyfiyyətini müəyyən edən əsas komponentlərdəndir. Şəffaf və effektiv hüquqi çərçivə sahibkarlara bərabər imkanlar yaradır, inhisarlaşmanın qarşısını alır və sağlam rəqabət mühitini gücləndirir. Antinhisar qanunvericiliyi, istehlakçı hüquqlarının müdafiəsi, əqli mülkiyyətin qorunması və müqavilə münasibətlərinin təminatı biznesin uzunmüddətli inkişafına zəmin yaradır. Əksinə, hüquqi qeyri-müəyyənlik, məhkəmə sisteminin zəifliyi və korrupsiya iqtisadi riskləri artırır, xarici və yerli investorların inamını zəiflədir. Bu baxımdan hüquqi islahatlar, elektron hökumət sistemlərinin inkişafı və tənzimləyici institutların şəffaflaşdırılması biznes mühiti üçün xüsusi əhəmiyyət daşıyır [7, s.44].

Son dövrlərdə xüsusilə innovasiya yönümlü və rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı kontekstində dövlətin rolunun transformasiyası müşahidə olunur. Dövlət yalnız tənzimləyici deyil, həm də innovasiya ekosisteminin qurucusu kimi çıxış edir: texnoparkların yaradılması, startap ekosisteminin dəstəklənməsi, risk kapitalı fondlarının təşkili və universitet-sənaye əməkdaşlığının gücləndirilməsi bu istiqamətdə mühüm mexanizmlərdir.

Nəticə etibarilə, dövlət siyasətləri biznes mühitinin keyfiyyətinə və iqtisadi inkişafın tempinə həlledici təsir göstərir. Optimal tənzimləmə, çevik vergi strategiyaları, güclü hüquqi baza və dayanıqlı inkişaf strategiyaları sahibkarlığın genişlənməsi, iqtisadi rəqabətliliyin artması və ölkənin uzunmüddətli inkişafının təmin olunması üçün əsas şərtlərdir.

NƏTİCƏ

Müasir dövrdə biznes mühitinin formalaşması çoxşaxəli, dinamik və qarşılıqlı asılılıq əsasında inkişaf edən bir prosesdir. Qloballaşma, texnoloji yeniliklər, sosial-iqtisadi dəyişikliklər və dövlət siyasətinin transformasiyası biznes mühitinin bütün komponentlərinə təsir göstərərək onun nəzəri təhlilini daha da aktuallaşdırır. Nəticələr göstərir ki, biznes mühitinin mahiyyətini anlamaq üçün iqtisadi, sosial, texnoloji və institusional amilləri vahid sistem daxilində nəzərdən keçirmək zəruridir. Çünki müasir iqtisadiyyatlarda biznes mühiti sadəcə şirkətlərin fəaliyyət göstərdiyi xarici şərait deyil, həm də iqtisadi davranışları, strateji qərarları və rəqabət strategiyalarını müəyyən edən kompleks bir strukturdur.

Biznes mühitinin nəzəri əsasları göstərir ki, onun formalaşması iki əsas səviyyədə baş verir: makro səviyyə və mikro səviyyə. Makro səviyyədə iqtisadi sabitlik, dövlət siyasətləri, hüquqi çərçivələr, sosial və demoqrafik struktur, texnoloji inkişaf və global tendensiyalar mühüm rol oynayır. Mikro səviyyədə isə istehlakçı davranışları, şirkətlərin resurs imkanları, menecment strategiyaları və sahənin spesifik xüsusiyyətləri ön plana çıxır. Bu iki səviyyənin qarşılıqlı təsiri biznes subyektlərinin fəaliyyət imkanlarını, rəqabət qabiliyyətini və innovasiya potensialını müəyyən edir.

Texnoloji transformasiya biznes mühitinin nəzəri əsaslarında xüsusi yer tutur. Rəqəmsallaşma, süni intellekt, avtomatlaşma və platforma iqtisadiyyatı ənənəvi biznes modellərini yenidən tərtib edir, bazarların strukturunu dəyişir və yeni iqtisadi davranış formaları yaradır. Sosial və demoqrafik amillər də biznes mühitinin formalaşmasında əsas rol oynayır. Dövlətin rolu biznes mühitinin nəzəri əsaslarında ayrılmaz bir komponentdir. Effektiv tənzimləmə siyasətləri, vergi mexanizmləri, hüquqi çərçivələrin stabilliyi və strateji inkişaf proqramları sahibkarlıq fəaliyyəti üçün əlverişli şərait yaradır. Müasir iqtisadiyyatlarda dövlət yalnız tənzimləyici funksiyanı yerinə yetirmir, həm də innovasiya və rəqəmsal transformasiya proseslərinin təşəbbüskarı rolunu oynayır. Beləliklə, müasir dövrdə biznes mühitinin formalaşmasının nəzəri əsasları çoxkomponentli və qarşılıqlı təsirlərə əsaslanan bir sistemi əhatə edir. Bu sistemin düzgün təhlili və qiymətləndirilməsi iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafı, şirkətlərin rəqabət qabiliyyəti və innovasiya potensialının artırılması üçün mühüm şərtidir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Kahneman, D. Thinking. (2011). Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux.
2. Kotler, P., Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson Education.
3. OECD. (2022). Innovation and Business Environment Report. Paris: OECD Publishing.
4. Porter, M.E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press.
5. North, D.C. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University Press.
6. Schumpeter, J.A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press.
7. Samuelson, P., Nordhaus, W. (2010). Economics. McGraw-Hill.
8. Williamson, O.E. (1985). The Economic Institutions of Capitalism. Free Press.

H.K. Shirinov

PhD student, Azerbaijan Cooperation University

Theoretical basis of the formation of the business environment in the modern era

Abstract

The formation of the business environment in modern times is a dynamic process that occurs as a result of the interaction of economic, social, technological and institutional factors. Global economic integration, increased competition and the rapid development of innovations have radically changed the structure of the business environment and led to the emergence of new activity models. The theoretical foundations of the business environment are explained by various theoretical schools, starting from classical economic views and including institutional, behavioral and innovation economics. While classical theories emphasize the free functioning of the market mechanism, modern approaches highlight the impact of state regulation, competition policy, information asymmetry and corporate governance on the business environment. Technological transformation, digitalization, artificial intelligence and platform economy have changed the principles of operation of business entities, creating the opportunity to form a more flexible, transparent and innovative economic model. At the same time, the institutional environment – legislation, property rights, regulatory framework and state economic policy – plays a decisive role in the stability of the business environment. Social factors, consumer behavior and characteristics of the labor market are also an integral part of the modern business ecosystem. Consequently, the theoretical foundations of the formation of the business environment are multifaceted and reflect the complex interaction of institutional, technological, and social factors that ensure the stability of the economic system.

Keywords: *innovation economy, business entities, operating principles, labor market.*