

Mirismayil Nəsir oğlu ORUCOV
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)
E-mail: o.ismayil@mail.ru

BİZNESİN İDARƏ EDİLMƏSİNİN ƏSAS FUNKSIYALARI VƏ ONLARIN İCRA YOLLARI

Xülasə

Bu məqalə strateji menecmenti mühüm biznes idarəetmə konsepsiyası kimi təqdim edir. O, stratejiyanı müəyyənləşdirir və strateji idarəetmədə əsas anlayışları izah edir. Buraya strateji baxış, məqsədlər, stratejiyanın formalaşdırılması, stratejiyanın həyata keçirilməsi, qiymətləndirmə və düzəldici fəaliyyətə başlamaq daxildir. Tədqiqat həmçinin strateji idarəetmənin korporativ idarəetmə aspektinə diqqət yetirir; stratejiyanın hazırlanmasında və həyata keçirilməsində direktorlar şurasının rolu, Pitçinq stratejiyasının müxtəlif səviyyələri - korporativ, biznes, funksional və əməliyyat - bu yazıda müzakirə olunur. Bütün bu anlayışlar biznes təşkilatlarının effektiv və səmərəli idarə edilməsində əhəmiyyətini vurğulamaq məqsədilə araşdırılır. Dinamik və yüksək rəqabətli əməliyyat mühitində biznes təşkilatları davamlı rəqabət üstünlüyü yaratmağa kömək edə biləcək stratejiyaların hazırlanması və effektiv şəkildə həyata keçirilməsinin vacibliyini dərk etməlidirlər.

Açar sözlər: *Strateji idarəetmə, vizyon, məqsədlər, stratejiya, icra, qiymətləndirmə*

Giriş

Stratejiyanı "... biznesin aparılması və əməliyyatların aparılması üçün rəhbərliyin fəaliyyət planı" kimi müəyyən etmək. Onlar daha sonra iddia edirlər ki, "şirkətin stratejiyası menecerlərin biznesi inkişaf etdirmək, müştəriləri cəlb etmək və onları məmnun etmək, uğurla rəqabət aparmaq, əməliyyatlar aparmaq və təşkilati performansın hədəflənmiş səviyyələrinə nail olmaq üçün istifadə etdikləri rəqabətə davamlı hərəkətlərdən və biznes yanaşmalarından ibarətdir" [1]. Buna görə də, strateji idarəetmə ətraf mühitin skan edilməsi prosesini, stratejiyanın formalaşdırılmasını, stratejiyanın həyata keçirilməsini və monitorinqi, təşkilatın uzunmüddətli məqsədlərinə effektiv və səmərəli şəkildə nail olunmasını təmin etmək üçün icra prosesinin qiymətləndirilməsini nəzərdə tutur. Eden və Ackerman (1998) stratejiyanı "fərdi diskret hərəkətlərin ardıcıl məcmusu hədəflər sisteminin dəstəklənməsidir və bu öz-özünə davam edən tənqidi kütlə və ya təşkilatda fikir momentumu ilə bir portfel kimi dəstəklənir" kimi qəbul edirlər. "Fərdi diskret hərəkətlərin ardıcıl dəsti" Tompson, Striklend və Qemblin "rəqabətli hərəkətləri və biznes yanaşmaları" ilə eyniləşdirilə bilər. Stratejiyanın tərifində bu müəlliflər arasında digər ümumi element, onun diqqət mərkəzində təşkilati fəaliyyətin

məqsədyönlü səviyyələrinə davamlı şəkildə nail olmaqdan ibarətdir. .

"Stratejiya hücum, müdafiə və maneərdə istifadə olunan əsas tikinti bloklarından asılıdır. Stratejiyanın yaradılması bu blokların yeni birləşmələrinin tapılmasına və həyata keçirilməsinə əsaslanır. Hər yaşda texnologiya və sosial təşkilat birləşmələri məhdudlaşdırır. Bir müddət sonra bu məhdudlaşdırıcı qəbul və təbii görünür. Strateqlər alınan müdrikliyi şübhə altına almağı dayandırır və qəbul edilmiş mövzulardakı dəyişikliklərlə məhdudlaşdırılır. Buna görə də, Napoleon kimi böyük komandirlərin öhdəsinə buraxılır ki, yeni birləşmələri tanıyaraq və yaradaraq strateji yeniliklər etsinlər".

Biznes stratejiyası onu bütün digər biznes planlaşdırma növlərindən nə ilə fərqləndirdiyi, bir sözlə, rəqabət üstünlüyü ilə bağlıdır. Rəqiblər olmasaydı, stratejiyaya ehtiyac olmazdı, çünki strateji planlaşdırmanın yeganə məqsədi şirkətin mümkün qədər səmərəli şəkildə rəqibləri üzərində dayanıqlı üstünlük əldə etməsidir. Beləliklə, korporativ stratejiya bir şirkətin gücünü rəqiblərinə nisbətən ən səmərəli şəkildə dəyişdirmək cəhdini nəzərdə tutur.

Stratejiya ilə bağlı ilk vacib cəhət odur ki, rəhbərlik təşkilatın işinin necə aparılacağını fəal şəkildə hazırlamalıdır. Onlar daha sonra iddia edirlər ki, aydın və yaxşı düşünülmüş

strategiya rəhbərliyin bizneslə məşğul olmaq üçün göstərişi, onun rəqabət üstünlüyünə aparan yol xəritəsi, müştəriləri razı salmaq və maliyyə göstəricilərini yaxşılaşdırmaq üçün oyun planıdır. İkincisi, onlar deyirlər ki, strategiyaya əsaslanan müəssisə rəhbərliyi strategiyani ikinci dərəcəli hesab edən və prioritetlərini başqa yerə qoyan şirkətdən daha güclü nəticə əldə edə bilər. Effektiv strategiyanın formalaşdırılması və icrası gəlir artımına, qazanclara və investisiyaların qaytarılmasına əhəmiyyətli dərəcədə müsbət təsir göstərir [2,3].

Strateji idarəetmə prosesi iki geniş anlayışla, yəni strategiyanın yaradılması və strategiyanın icrası kimi ümumiləşdirilə bilər: Şirkətin hara rəhbərlik etməli olduğu və gələcək məhsul-bazar-müştəri texnologiyası fokusunun nə olması barədə strateji baxışın hazırlanması; məqsədlərin qoyulması və onlardan şirkətin fəaliyyətinin və tərəqqinin ölçülməsi üçün meyar kimi istifadə edilməsi; məqsədlərə çatmaq və şirkəti rəhbərliyin təyin etdiyi strateji kurs boyunca hərəkət etdirmək üçün strategiyanın hazırlanması.

Seçilmiş strategiyanın səmərəli və effektiv şəkildə həyata keçirilməsi və icrası. Faktiki təcrübə, dəyişən şərtlər, yeni ideyalar və yeni imkanlar fonunda şirkətin uzunmüddətli istiqaməti, məqsədləri, strategiyası və ya icrası ilə bağlı fəaliyyətin qiymətləndirilməsi və düzəlişlərin başlanması. Yaxşı düşünülmüş strateji vizyonun müəyyənədicisi xüsusiyyəti şirkətin gələcək strateji kursu haqqında dedikləridir - “bizim rəhbərlik etdiyimiz istiqamət və gələcək məhsul-bazar-müştəri-texnologiya fokusumuzun nə olacağı”. Onlar daha sonra strateji baxış və missiya bəyanatı arasında fərq qoyurlar ki, burada “strateji baxış şirkətin gələcək biznes dairəsini (“hara gedirik”) təsvir edir, halbuki şirkətin missiyası adətən onun hazırkı iş məqsədini (“biz kimik və bizik”) təsvir edir (nə edirik və niyə buradayıq”) [4].

Təşkilatların strateji baxışları inkişaf etdirmələri vacibdir, çünki onlar təşkilatın getməli olduğu kritik istiqaməti və həmin istiqamətə nail olmaq üçün resursların necə effektiv və səmərəli şəkildə bölüşdürülməsini müəyyən edir. Görmənin bu mühüm aspekti Walker (1996) tərəfindən ələ keçirilir, o, görmə prosesində iştirak etmək üçün ümumi

motivasiyanın hazırkı vəziyyətdən və ya hadisələrin getdiyi istiqamətdən narazılığın fərqudə olduğunu bildirir. Strateji baxışı inkişaf etdirməklə yanaşı, onu təşkilatın qalan üzvlərinə aydın şəkildə çatdırmaq da vacibdir.

Məqsədlərə nail olduğumuz idarəetmə prosesinə planlaşdırma, təşkil etmə, rəhbərlik və nəzarət daxildir. Bunlar menecerin təşkilatı məqsədləri “necə” həyata keçirməsidir və ümumiyyətlə, idarəetmənin dörd funksiyası kimi tanınır. Bunlar ilk dəfə menecmenti beş funksiyanın – planlaşdırma, təşkil etmə, əmr etmə, koordinasiya və nəzarət vasitəsilə təkmilləşdirilə bilən bir təcrübə kimi müəyyən edən fransız maddən inzibatçısı Henri Fayolun işindən irəli gəlir [5].

Planlaşdırma təşkilatın həyata keçirəcəyi məqsəd və fəaliyyətlərlə bağlı qərarların sistematik qəbul edilməsi prosesidir (Bateman & Snell, 2013). Təşkilatın istiqaməti haqqında qərar qəbul etmək üçün planlaşdırma mərhələsi ətraf mühitin təhlili ilə başlamalıdır. Kontekst haqqında möhkəm bir anlayış olmadan, menecerin gələcək istiqaməti təmin etmək üçün heç bir əsası olmazdı. Kontekst menecərə təkmilləşdirmə, fürsət və keçmiş səhvlərdən öyrənmək üçün istinad nöqtəsi verir. Bu səbəbdən planlaşdırma funksiyası təhlillə başlamalıdır. Bu təhlil həm mədəniyyət, dəyərlər və komanda üzvlərinin performansını kimi daxili amilləri, həm də rəqabət mühiti, hüquqi tənzimləmələr, iqtisadiyyat, texnologiya, sosial dəyərlər və demoqrafik kimi xarici amilləri nəzərə almalıdır. Planlaşdırmanın ikinci komponenti ətraf mühitin bu təhlilindən məqsədləri və fəaliyyətləri qurmaq üçün istifadə etməkdir. Böyük bir təşkilat üçün bu, təşkilatın vizyonu və missiyası ola bilər. Daha kiçik bir təşkilat üçün bu, ilin sonu və ya mövsüm sonu məqsədi ola bilər. Bəziləri iş masanızdan uzaqlaşdığımız gün və ya ayda həmin məqamı necə planlaşdırmağı və təşkilatınızın istiqaməti haqqında düşünür [6]. Bu, sizdən təşkilatınızın keçmişi üzərində düşünməyinizi və bunun gələcək istiqamətə necə təsir etdiyini müəyyən etməyi tələb edir.

Təşkilat məqsədlərə çatmaq üçün lazım olan insan, maliyyə, fiziki, informasiya və digər resursların yığılması və təyin edilməsi prosesidir (Bateman & Snell, 2013). Təşkilat

funksiyasının əsası müəyyən edilmiş məqsədlərə uyğunlaşmaq üçün resurslardan istifadə etməkdir. İnsan resurslarının təşkili ilk növbədə məqsədinizə çatmağınıza kömək edə biləcək işçi qüvvəsini cəlb etmək deməkdir. Təşkilat daxilində insan elementinin idarə edilməsi tapşırıqların verilməsi, səlahiyyətlərin verilməsi, strukturun və iyerarxiyanın müəyyən edilməsi deməkdir. Maliyyə resurslarını təşkil etmək, kapitalınızın məqsədlərə çatmaq üçün istifadə edildiyinə əmin olmaq deməkdir. Təşkilat öz sinfində ən yaxşı müştəri xidməti komandasına sahib olmaq qərarına gələrsə, o, pulunu başqalarına xidmət etməyə meylli insanları cəlb etmək üçün və təlimə xərcləməyə və ya agentlərə xidmət göstərməyi öyrətmək üçün geri çəkilməyə daha yaxşı hazırdır. Fiziki resursların toplanması, yerləşdirdiyiniz yerin effektivliyinə və fiziki aktivlərdən necə istifadə etdiyinizə diqqət yetirir. İcraçı aşpaz, məsələn, proses axını, qida keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq və ya təhlükəsizlik risklərini azaltmaq üçün mətbəxi yenidən təşkil edə bilər. İnformasiya resursları məqsədlərə çatmaq üçün təşkilatın biliklərinin mənalı şəkildə istifadə edilməsini və yayılmasını nəzərdə tutur. İşçiləri maliyyə nəticələrinə necə töhfə verdikləri ilə əlaqələndirmək, səhm qiymətlərini proqnozlaşdırmaq və ya yeni məhsullar hazırlamaq üçün şirkətinizin mülkiyyət alqoritmindən istifadə etmək kimi informasiya resurslarından istifadə etməyin bir yoludur [7,8].

Liderlik təşkilat üzvlərinin yüksək performansını stimullaşdırır (Bateman və Snell, 2013). Bu funksiya təşkilatın üzvlərini planınızla əlaqələndirməkdir. Normalda bu, şəxsi səviyyədə birbaşa hesabatlar və ya komanda yoldaşları ilə əlaqə yaratmaq deməkdir. Komanda daxilində fərdləri nəyin hərəkətə gətirdiyini başa düşmək menecerə motivasiya, həvəsləndirmə, səfərbərlik və töhfə vermək istəyini oyatmaq ətrafında strategiyalar hazırlamağa imkan verir. Bir anlığa təsəvvür edin ki, təşkilatın şərtlərini təhlil etdiniz, izləmək üçün bir oyun planı təyin etdiniz və hətta bu istiqamətdə addım atmaq üçün resursları yönəldtiniz. Siz planlaşdırma və təşkilatlanma funksiyalarını uğurla həyata keçirdiniz. Bu ssenaridə siz komandanızın və ya təşkilatınızın necə iştirak edəcəyini nəzərə almadınız. Onlar sizin

istiqamətinizlə razılaşırlarmı? Onların prosesdə iştirakları olubmu? Komanda üzvü kimi özlərini dəyərli hiss edirlərmı? Onlar uğurlu nəticədə öz rollarını başa düşürlərmı? Bütün bu suallara menecerin aparıcı funksiya ilə nə dərəcədə məşğul olması vasitəsilə cavab verilir. Şəxsi söhbətlər etmək, bonus strukturu tərtib etmək və ya həyəcanlandırıcı nitq söyləmək təşkilata rəhbərlik hesab edilə bilər [9].

Nəzarət, komandanı məqsədlərə doğru istiqamətləndirmək üçün proseslərin quraşdırılması və hədəflərə doğru fəaliyyətin monitorinqi və ehtiyac olduqda plana dəyişikliklər edilməsidir (Bateman & Snell, 2013). Nəzarət heç də həmişə təşkilatın hər şeydə öz əli ilə edə biləcəyini məhdudlaşdırmaq demək deyil. Biz bunu mikro-idarəetmə adlandırma bilirik ki, bu da öz ifrat formasında nəzarətdir. Sağlam nəzarət prosesləri, təşkilatınızın planlaşdırma prosesində qoyduğunuz məqsədlərə çatmaq yolunda olduğundan əmin olmaq üçün sistemlərin işə salınmasını əhatə edir. Planlaşdırma müqayisə etmək üçün standartlar təyin edir və nəzarət prosesi standartla cavab verib-vermədiyinizi bildirən tablodur. Məsələn, bir ərzaq mağazası büzülməni azaltmağı qarşısına məqsəd qoya bilər (bu, oğurluq, zədə nəticəsində itirilən məhsuldur). Onlar daralma itkisini 50% azaltmaq istədiklərinə qərar verirlər. Bu plana nail olmaq üçün onlar resurslar ayırmalı olacaqlar (nəzarət etmək üçün daha çox işçi, yükləmə dokunu yenidən təşkil etmək). Siz artıq bu addımı təşkilatçı funksiya kimi tanıyırsınız. Daha sonra biz işçilərimizi bonus strukturu hazırlayaraq həvəsləndiririk – məsələn, məqsədə kollektiv şəkildə nail olsaq, hər bir işçi qənaətdə iştirak edir. Orada dayanacaq, məqsədə çatdığımızı bilmək üçün heç bir yolumuz olmayacaq. Nəzarət prosesi bizim üçün bunu həll edir. Ərzaq mağazası menecerinin idarəetmə yanaşmasında son addım, hər bir şöbə müdirinin növbənin sonunda azalma itkisi haqqında məlumat verməsi və Excel cədvəlində toplanmasıdır. Bu yolla menecer yükləmə meydançasının yenidən qurulmasının köhnə tənzimləmə altında baş verən zədələnmiş konservlərin sayını azaltdığını görə bilər. Menecer girişdə qarşılayıcı işə götürdükdən sonra daralmanın yaxşılaşmadığını görsə, dəyişiklik edə bilər. Fəaliyyətin monitorinqi nəzarətdə ilk addımdır. Məqsədlərə doğru

irəliləyişi gördükdən sonra növbəti addım dəyişikliklər etməkdir. Beləliklə, nəzarət prosesi həmişə meneceri idarəetmənin planlaşdırma mərhələsinə qaytarır. Nəzarət prosesinin yalnız iki nəticəsi var. Məqsədinizə doğru irəliləyirsiniz və ya performansınızdan yayınırırsınız. Hədəfinizə çatırsınız, planlaşdırma funksiyası olan yeni hədəflər təyin etməli olacaqsınız. Əgər hədəfinizə doğru irəliləmirsinizsə, ətraf mühiti təhlil etməli və bunun səbəbini müəyyən etməlisiniz. Bu şəkildə idarəetmə funksiyaları, xüsusən nəzarət və planlaşdırma ilə əlaqəlidir və bir-birindən çox asılıdır [10,11].

Thompson, Strickland və Gable (2007) görə, strategiyanın yaradılması vəzifəsi dörd fərqli strategiya növü və ya səviyyəsini əhatə edir ki, bunların hər biri şirkətin ümumi strategiyasının müxtəlif aspektlərini əhatə edir:

1. Korporativ Strategiya şirkətin biznes qurmaq üçün istifadə etdiyi təşəbbüslərdən ibarətdir. Müxtəlif sənayelərdəki əməliyyatlar, korporativ rəhbərlərin inkişafını artırmaq üçün təqib etdikləri yanaşmalar şirkətin şaxələndirdiyi müəssisələr toplusunun birgə fəaliyyəti və vasitələri kəşifən biznes sinerjisini əldə etmək və onları rəqabət üstünlüyünə çevirmək. Yüksək səviyyəli korporativ rəhbərlər adətən korporativ strategiyanın işlənilib hazırlanmasında aparıcı məsuliyyət daşıyırlar.

2. Biznes Strategiyası müvəffəqiyyətli olmaq üçün müəyyən bir iş sahəsində performans, hazırlanmış hərəkətlərə və yanaşmalara aiddir. Əsas diqqət bazara cavabların hazırlanmasıdır ki, burada şərait və bazar mövqeyini gücləndirmək, rəqabət üstünlüyü yaratmaq üçün tədbirlərə başlamaq və güclü rəqabət qabiliyyətlərini inkişaf etdirmək vacibdir. Biznesdə bu səviyyəli strategiya məsul menecer üçündür [12].

3. Funksional sahə strategiyaları tətbiq ediləcək fəaliyyətlərə, yanaşmalara və təcrübələrə aiddir. Müəyyən funksiyaları, biznes proseslərini və ya biznes daxilində əsas fəaliyyətləri idarə etməkdir. Bu səviyyə marketing kimi təşkilat daxilində funksional şöbələr üçün strategiyaları təmsil edir. Maliyyə, insan resurslarının idarə edilməsi və satınalma funksiyalarının rəhbərlərinə həvalə olunub, onların müvafiq funksional strategiyaları qutusu aparıcı məsuliyyəti ilə şöbələr və ya bölmələrdir. [13]

4. Əməliyyat Strategiyaları nisbətən dar strateji təşəbbüslərə və yanaşmalara aiddir. Əsas əməliyyat bölmələrinin (zavodlar, paylama mərkəzləri, coğrafi bölmələr və spesifik idarə edilməsi strateji əhəmiyyət kəsb edən əməliyyat fəaliyyətləri ilə bağlıdır (reklam kampaniyaları, spesifik brendlər, təchizat zənciri ilə əlaqəli fəaliyyətlər və veb sayt satışı və əməliyyatları).

Strategiyanın bu dörd səviyyəsi əsasən birdən çox strateji biznes vahidi olan böyük korporativ təşkilatlara aiddir. Tək sahibkarlıq subyektlərində korporativ və biznes səviyyəli strategiyalar adətən bir səviyyəyə – biznes strategiyasına bölünür və bu tip təşkilatlara yalnız üç səviyyəli strategiya qalır; biznes, funksional və əməliyyat. Beckman və Rosenfield (2008) yalnız strategiyanın hazırlanmasında deyil, həm də həyata keçirilməsində ardıcılığın və ya strateji uyğunluğun vacibliyini vurğulayırlar. Onlar strategiyada uyğunlaşmaya ehtiyacı olan üç kritik elementin olduğunu iddia edən Nath və Sudharshan-a (1994) işarə edirlər; 1) strategiyanın həyata keçirilməsinin strategiya ilə təşkilatın strukturu arasında uyğunluğun əldə edilməsinə yönəldiyi firmaya daxili uyğunlaşma, 2) strategiyanın formalaşdırılması prosesinin firmanın strategiyası ilə mövcud mühit arasında uyğunluğu axtardığı firmadan kənar fəaliyyət göstərir və 3) daxili-xarici uyğunluq, burada strategiyanın formalaşdırılması və həyata keçirilməsi interaktiv elementlər hesab olunur. İdarəetmənin hər hansı digər sahələrində olduğu kimi, strategiyanın icrasında da ölçülənlər yerinə yetirilir. Bunu bir addım irəli etsək, ölçülən və mükafatlandırılan şey daha sürətli həyata keçirilir.

Strategiyanı izah etdikdən və işçi qüvvəsini ona uyğunlaşdırdıqdan sonra yüksək səviyyəli menecerlər instituta daxil olurlar. Tomson, Strickland və Gamble (2007) görə, strategiyanın icra prosesini idarə etmək aşağıdakı əsas aspektləri əhatə edir: Təşkilatı lazımi bacarıq və təcrübə ilə təmin etmək, şüurlu şəkildə qurmaq və strategiyaya dəstək verən səlahiyyətlərin, rəqabət qabiliyyətlərinin gücləndirilməsi, təşkilatlanması və iş söyi [14].

Strateji uğur üçün vacib olan bu fəaliyyətlərə geniş resursların ayrılması. Siyasət və prosedurların effektiv icraya mane olmaq əvəzinə, asanlaşdırdığını təmin etmək. Əsas

biznes fəaliyyətlərini yerinə yetirmək üçün ən yaxşı təcrübələrdən istifadə etmək və davamlı olmağa təkan verməyin təkmilləşdirilməsi. Təşkilat bölmələri vaxtaşırı işlərin necə edildiyini və necə aparıldığını yenidən qiymətləndirməli olur, faydalı Adəyişikliklər və təkmilləşdirmələri söylə davam etdirir. Şirkət işçilərinin daha yaxşı işləməsinə imkan verən məlumat və əməliyyat sistemlərinin quraşdırılması, onların strateji rollarını günbəgün artırmaq, insanları məqsədlərə çatmağa həvəsləndirmək və lazım gələrsə, strategiyanın uğurlu icrasının tələblərinə daha yaxşı uyğunlaşmaq üçün vəzifələrini və iş davranışlarını dəyişdirmək [15].

Mükafatları və həvəsləndirmələri birbaşa məqsədlərə nail olmaq üçün bağlamaq. Uğurlu strategiyanın icrası üçün əlverişli şirkət mədəniyyəti və iş mühitinin yaradılması. Tətbiqi irəli aparmaq və strategiyanın necə icra olunduğunu təkmilləşdirmək üçün lazım olan daxili rəhbərliyin tətbiqi. Büdrəmə blokları və ya zəifliklərlə qarşılaşdıqda, rəhbərlik onların vaxtında və effektiv şəkildə həll edilməsini və düzəldilməsini görməlidir.

Nəticə

Biznes təşkilatlarının idarə edilməsində strateji menecmentin əhəmiyyəti həddən artıq ola bilməz. Təşkilat daxilində kritik istiqamət təyin edən və resurs bölgüsünə rəhbərlik edən strateji vizyonun inkişafı əsasdır. Strategiyanın hazırlanması, effektiv həyata keçirilməsi, monitorinqi, fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi və zəruri hallarda düzəldici müdaxilələrin hazırlanması təşkilatlara davamlı rəqabət üstünlüyü yaratmaq və saxlamaqda kömək edə biləcək kritik aspektlərdən bəziləridir. Strategiyanın hazırlanmasında və həyata keçirilməsində direktorlar şurasının rolu da korporativ idarəetmənin çox mühüm tərkib hissəsidir. Buna görə də, təşkilat şuraları və idarəetmə qrupları öz sənayelərində üstün performans təmin etmək üçün bütün aspektləri ilə strateji idarəetməyə layiq olduğu diqqəti verməlidirlər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Saunders M. and Lewis P. (2012, pages 201-216): "Doing Research in Business & Management – An Essential Guide to Planning Your Project".
2. Saunders M., Lewis P. and Thornhill A. 2009, Research Methods for Business Students. 5th. Edition, Essex: Pearson Education Limited
3. Thompson Jr., A., Strickland III, A. J. and Gamble J. E. 2007, Crafting & Executing Strategy. 15th Edition, New York: McGraw-Hill Irwin
4. O'Brien F. A. and Dyson R. G. 2007, Supporting Strategy, Framework, Methods and Models. West Sussex: John Wiley & Sons Limited
5. Gravetter F. J. and Forzano L. B. 2009, Research Methods for the Behavioral Sciences. 3rd Edition, California: Wadsworth
6. Creswell J. W. 2009, Research Design. 3rd Edition, California: Sage Publications.
7. Beckman S. L. and Rosenfielf D. B. 2008, Operations Strategy: Competing in the 21st Century, New York: McGraw-Hill Irwin.
8. Phatak A. V., Bhagat R. S. and Kashlak R. J. 2009, International Management. 2nd Edition, New York: McGraw-Hill Irwin.
9. Rouse, W. B. 2001, Essential Challenges of Strategic Management. New York: John Wiley & Sons, Inc.
10. Kim, W. C., and Mauborgne, R. "Blue Ocean Strategy: From Theory to Practice." California Management Review 47, No. 3 (Spring 2005), pp. 105-121.
11. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., and Lampel, J. Strategy Safari: A Guided Tour through the Wilds of Strategic Management. New York: The Press, 1998.
12. Harrison, E. Frank (1999). The Managerial Decision-Making Process (5th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
13. McCall, Morgan W., Jr., & Kaplan, Robert K. (1990). Whatever it takes: The realities of managerial decision making (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
14. Porter, Michael E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. New York: Free Press.
15. Porter, Michael E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York: Free Press.

Мирисмаил Насир оглы ОРУДЖЕВ
Азербайджанский Государственный Экономический Университет (UNEC),
E-mail: o.ismayil@mail.ru

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ И СПОСОБЫ ИХ ВЫПОЛНЕНИЯ

Аннотация

В данной статье стратегическое управление представлено как важная концепция управления бизнесом. Он определяет стратегию и объясняет ключевые концепции стратегического управления; стратегическое видение, цели, формулирование стратегии, реализация стратегии, оценка и инициирование корректирующих действий. Исследование также сосредоточено на аспекте корпоративного управления стратегического управления; роль совета директоров в разработке и реализации стратегии. В этой статье также обсуждаются различные уровни стратегии питчинга; корпоративный, деловой, функциональный и оперативный. Все эти концепции рассматриваются с целью подчеркнуть их важность в эффективном и действенном управлении бизнес-организациями. В динамичной и высококонкурентной операционной среде деловые организации должны осознавать важность разработки и эффективного выполнения стратегий, которые могут помочь им создать устойчивое конкурентное преимущество.

Ключевые слова: *Стратегическое управление, видение, цели, стратегия, реализация, оценка*

Mirismayil Nəsir oğlu ORUCOV
Azerbaijan State University of Economics (UNEC),
E-mail: o.ismayil@mail.ru

THE BASIC FUNCTIONS OF BUSINESS MANAGEMENT AND THEIR WAYS OF EXECUTING

Summary

This paper presents strategic management as an important business management concept. It defines strategy and explains the key concepts in strategic management; strategic vision, objectives, strategy formulation, strategy implementation, evaluation and initiating corrective action. The research also focuses on the corporate governance aspect of strategic management; role of the board of directors in crafting and executing strategy. The different levels of pitching strategy are also discussed in this paper; corporate, business, functional and operational. All these concepts are examined with a view to highlight their importance in the effective and efficient management of business organizations. In an operating environment that is dynamic and highly competitive, business organizations need to appreciate the importance of crafting and effectively executing strategies that can help them create sustainable competitive advantage.

Keywords: *Strategic management, vision, objectives, strategy, implementation, evaluation*