UOT 334.7

Aytəkin Məhərrəm qızı BAĞIROVA
Azərbaycan Texnologiya Universiteti, doktorant

QADIN SAHİBKARLIĞININ TƏDQİQ OLUNMASINDA SOSİAL-İQTİSADİ YANAŞMALARIN İNKİŞAFI

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – Qadın sahibkarlığının tədqiq olunmasında əsas sosial-iqtisadi yanaşmaların tədqiqi.

Tədqiqatın metodologiyası – sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – qadın sahibkarlığı ilə bağlı tədqiqatlarda elmi mənbə kimi istifadə imkanı.

Tədqiqatın nəticələri – qadın sahibkarlığının inkişafına dair təkliflər verilmişdir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – Azərbaycan Respublikasında qadın sahibkarlığının inkişafı ilə bağlı müasir istiqamətlərin müəyyən edilməsi və elmi cəhətdən əsaslandırılması.

Açar sözlər: sahibkarlıq, qadın sahibkarlığı, iqtisadi fikir, sosiologiya, feminist hərəkatı.

Giriş

Müasir dövrdə sahibkarlığın gender aspektinin araşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bazar iqtisadiyyatında qadınların iştirakı ictimai istehsalın həlledici amillərindən biridir. Ümumiyyyətlə, qadınlar iqtisadi cəhətdən fəal əhalinin müəyyən hissəsinin formalaşmasına xidmət edir. Cəmiyyətin müasir inkişaf səviyyəsində qadın sahibkarlığı mühüm rol oynayır. İnkişaf etmiş ölkələrin postindustrial inkişaf mərhələsinə daxil olması ilə onlar üçün əsas prioritet xidmət sahələri olmuşdur. Burada mühüm vəzifələrdən biri bütün insan resurslarından mütləq səviyyədə istifadə olunmasıdır. İqtisadi sabitliyin bərpa olunması, işsizliyin azaldılması, orta təbəqənin formalaşdırılması baxımından qadın sahibkarlığı müəyyənedici amil rolunu oynayır. Göründüyü kimi, bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində qadınlar bir qədər fərqli şəraitə düşürlər. Qadınlar həm imkanlar, həm də əngəllərlə üzləşirlər. Burada qeyri-standart məşğulluq, çevik məşğulluq formaları bərqərar olur [15].

Belə bir zəmində xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, qadın sahibkarlığı problemi iqtisad elmi ilə yanaşı sosiologiya elmində iki elmi araşdırma istiqamətində tədqiqat obyekti kimi çıxış edir: bunlar iqtisadi sosiologiya və tender sosiologiyasına daxil olan məsələlərdir. Həmçinin fənlərarası xarakter daşıyır.Araşdırmaların elmi əsasları dünya ictimai elmlərinin M.Veber, K.Marks, V.Zombart kimi klassiklərinin əsərlərində öz əksini tapmışdır. Bu yanaşmalar daha sonra Y.Şumpeter, F.Hayek, E.Hiddens, L.Mizesin əsərlərində davamını tapdı. Sözügedən klassiklər sahibkarlığın inkişaf etməsinin ümumi qanunuyğunluqlarını araşdırmış, sahibkar sinfinin təşəkkülü prosesi izlənilmişdir. Bu əsərlər ümumi metodoloji xarakter daşıyır, lakin müasir dövrdə sahibkarlığın, xüsusi ilə də qadın sahibkarlığının spesifik xüsusiyyətlərinə toxunulmur.

Qadın sahibkarlığına yanaşmaların təkamülü

Qərb dünyası qadın məsələsinə XX əsrin əvvəllərində diqqət yetirməyə başladı. 1912-ci ildə ABŞ-ın Vaşınqton Universitetində "*Qadınlar və iqtisadi inkişaf və yaxud sənayedə baş verənlərin qadınların statusuna təsiri*" adlı xüsusi ixtisas kursu təşkil edildi.

Feminologiyanın institusionallaşması 1977-ci ildə Qadın probleminin öyrənilməsi üzrə Milli Assosiasiyanın yaradılması ilə nəticələndi (NWSA). 1990-cı illərə qədər dünyada, Rusiyada o cümlədən Azərbaycanda qadınları kiçik müəssisə sahibkarları, fərdi sahibkarlar kimi qavrayırdılar. Mövcud biznes modellər ancaq kişi cinsindən olan sahibkarlara əsaslanırdı. Çünkü belə bir model biznes fəaliyyətinin təbii modeli kimi qəbul edilirdi. Lakin sonrakı araşdırmalar göstərdi ki, sahibkarlıq gender təzahüründən başqa bir şey deyildir [10]. Qeyd olunduğu kimi elmi ədəbiyyatlarda sahibkarlığa həsr olunmuş ədəbiyyatlar içərisində kişi sahibkarlığı fəaliyyətinə həsr edilmiş

ədəbiyyatlar üstünlük təşkil edir və qadın sahibkarlığı daha çox XX əsrin 30-cu illərindən tədricən diqqəti cəlb etməyə başlamış,daha sonra feminst hərəkatı və transformasiya prosesləri ilə əvvəlcə 70-ci illərdə, daha sonra isə 90-cı illərdə yeni vüsət qazandı [1,s.8].

Nəticədə qadın sahibkarlığı fəaliyyəti ilə əlaqədar elmi ədəbiyyatlar xüsusi intensivliklə XX əsrin 70-ci illərində Avropada nəşr olunmağa başlanılır. Qadın sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı ilk əsərlər Cədvəl 1-də öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 1.

Qadın sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı ilk əsərlərin xronologiyası

İl	**Rezume tipi**	**Təsviri**
1976	İlk jurnal məqaləsi	Шварц, Э. (1976). Предпринимательство: новый женский рубеж. Журнал современного бизнеса, 5, 47–76.
1979	Siyasətin ilk hesabatı	Amerikada qeyri bərabər sahibkarlıq haqqında. Ölkə prezidentinin qadın sahibkarlığı haqqında idarələrarası hesabatı
1983	İlk təqdimat konfransının materialları	R.D.Hirsiç, K.Q.Braş (1983) Qadın sahibkar: ailədə, təhsildə, ixtisas hazırlığında nəticələri Q.A.Homaday,Q.A.Tommons və K.Vesper. Sahibkarlığın hüdudları “Bebson kollecinin sahibkarlığa həsr olunmuş Əsərləri (s.225-270). Uelsli , Massaçusets: Bebson kollji
1985	İlk akademik kitab	R.Qoffi, R.Skeys (1985). Ölkənin qadınları: sahibkar qadınların təcrübəsi; London, Corc-Allen, Anvin
1998	Qadın sahibkarlara həsr olunmuş ilk siyasi konfrans	İqtisadi əməkdaşlıq və inkişaf Təşkilatı : Qadın sahibkarlara həsr olunmuş konfrans// (http://www.oecd.org/cfe/smes womenentrepreneurskeyme ssages.htm)
2003	Qadın sahibkarlığı ilə əlaqədar siyasi konfrans	Qadın sahibkarlığına həsr olunmuş beynəlxalq konfrans-”Diana”http://www.babson.edu/Academics/centers/blankcenter/global-research/diana/Pages/home.aspx
2006	Qadın sahibkarlığı haqqında hesabat	Qadın sahibkarlığına xüsusi tematik hesabat (Global Entre-preneurship Monitor (GEM)
2009	ilk ixtisaslaşdırılmış jurnal	Sahibkarlıq üzrə Beynəlxalq gender jurnalı
2015	Qadın sahibkarlığı indeksi ilə bağlı ilk məruzə	Qadın sahibkarlığı ilə bağlı təhlillər. Qadın sahibkarlığı anlayışının formalaşdırıldığı ilk 10 ölkənin müəyyyənləşdirilməsi

Mənbə: [7].

Bu isə o deməkdir ki, Qərb cəmiyyətlərində araşdırmaların institusionallaşması XX əsrin 70-ci illərinə aid olub uzun onillikləri əhatə edir. Nəticədə gender probleminin makrososial nəzəriyyələrə adaptasiyası baş verdi. Belə bir kontekstdə üç istiqamət xüsusi olaraq diqqəti cəlb edir:

1) Liberal feminizm;
2) Radikal feminizm;
3) Konstruktivizm-gender araşdırmaları.

E.Şvarts sahibkrları biznesi yaradan fiziki şəxs kimi təsbit etmişdir. R.Xizrits və K.Barş sahibkarları yeni dərəyər yaradan şəxs adlandırmışdır. S.Bennet və S.Denn artıma yönəlmiş yeni şəxs kimi sahibkarı təsbit etmişdir. Xatırlatmaq yerinə düşərdi ki, qadın sahibkarlığı daha çox dinamik olaraq ABŞ-da inkişaf etməkdədir. C.Nesbit XX əsrin 90-cı illərini qadınların biznesdə möhkəmlənməsi illəri adlandırmışdır. 1985-ci ildən 2005-ci ilə qədər qadın sahibkarlığı 10%-dən 33%-ə çatmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, ABŞ-da qadın sahibkarlığı ilə bağlı zəngin təcrübə toplanılmışdır. 1988-ci ildə qadın sahibkarlarının hüquqları ilə bağlı ilk normativ-hüquqi sənəd qəbul olunmuşdur. Burada söhbət ABŞ Konqresinin özəl qadın biznesi haqqında qəbul etdiyi qanundan gedir [4].

Heç də təsadüfi deyildir ki, Qadın sahibkarlarının dəstəklənməsi üçün ABŞ Konqresində qadın sahibkarların kiçik biznes fəaliyyəti seksiyası yaradılmışdır. Eynı zamanda qadın sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsi üçün bir sıra mərkəzlər də yaradıldı. XX əsrin 90-cı illərində belə dəstək institutları Avropa ölkələrində də yaradılmağa başlandı. 1994-1999-cu illərdə Finlandiyada qadınlar üçün yeni iqtisadi imkanlar proqramı işə düşdü. Bu proqramda əsas prioritet biznes fəaliyyətinə başlayan qadınlar idi. Müvafiq proqramlar İsveç və İtaliyada da gündəmdə olmuşdur [5].

Daha sonar 2001-ci ildə Silviya Enn Xyulitin "Executive Women and Myth of having it all" kitabı nəşr olundu. Kitab "İşgüzar qadınlar və onların hər şeyə sahib olmaları haqqında əfsanə" adlanır. Kitabda müddəalar bir qədər pessimist səslənirdi. Kitabda göstərilirdi ki, hətta ABŞ-da qadınlar uğur qazana bilməz. O, sorğu aparmaq üçün qadınları iki qrupa bölürdü. Birinci qrupa yaşlı nəsil daxil edilirdi. Yaşlı nəsil 41-55 yaşında olan xanımlar və ikinci qrupa daxil olanlar gənc nəsil 28-40 yaşında olanlar idi. O, eyni zamanda qadınları qazanclarına görə də qruplara bölürdü. Onların arasında ultra qazanc əldə edən qadınları xüsusi qrup kimi göstərirdi. Onların illik qazancları 100 min dollardan yüksək olanlar da xüsusi qrup kimi göstərilirdi [2].

Silviya Hyulit, Cerri Ketrin Qersonun araşdırmalarının nəticələrindən istifadə edərək qeyd edirdi ki, ABŞ-da qadın sahibkarların iş saatı digər ölkələrdəki qadın sahibkarların iş saatından qısadır. Belə ki, Fransuaza Laterdu qadın biznesinin portretini yaratmağa çalışmışdır. O, bununla da fransız menecmentində qadın yanaşmasını təqdim etmişdir. Digər tərəfdən Marlen Rossman 9 qadın sahibkarın dünya səviyyəsində biznes fəaliyyətinə gəlişini təsvir və təqdim etmişdir. O, bununla da beynəlxalq sahibkarlıq karyerasında uğur qazanmışdır. Belə bir yanaşmanı jurnalist M.Billard da nümayiş etdirmişdir. O, şirkətlərdə uğurlu idarəetmə karyerası olan 8 qadının portretini təqdim etmişdir. Göründüyü kimi, elmi ədəbiyyatlarda qadın sahibkarlığı iqtisadi sosiologiyanın və fənlərarası araşdırmaların tədqiqat mövzusu olmaqla portret yanaşmasına üstünlük verilirdi [2].

Qadınların sahibkarlıq fəaliyyətində iştirakı ilə əlaqədar fikirlər irəli sürən O.A.Belyaeva [3] qeyd edir ki, qadın rəhbər, menecer, gəlirli kapitalın sahibi – xüsusi kapitalın ümumdünya fenomeni kimi diqqəti cəlb edir. Amerika tədqiqatçısı R.Peterson bu fenomeni "sakit inqilab" adlandırdı [8].

Daha sonra 2015-ci ildə Qlobal inkişaf İnstitutunun Qadın sahibkarlığı indeksi haqqında hesabatı dərc etdirməsi qeyd olunmalıdır. Hesabatda dünyanın 77 ölkəsində qadın sahibkarlığının inkişafı ilə bağlı materiallar dərc olundu. Hesabat materiallarına görə qadın sahibkarlığının inkişaf etdiyi ilk ölkələrin siyahısı dərc edilmişdi. Bunlar aşağıdakılardır: ABŞ, Avstraliya, Böyük Britaniya, Danimarka, Niderland, Fransa, İsveç, İslandiya, Finlandiya, Norveç [13]. Beləliklə, Qərb ədəbiyyatlarında tədricən qadın sahibkarlığı anlayışı formalaşmaqla yanaşı getdikcə daha çox gündəmdə olan məsələyə çevrildi. Burada sahibkar qadın dedikdə kommersiya fəaliyyətinə rəhbərlik edən, onu idarə edən, müvafiq təşəbbüslər göstərən subyekt də başa düşülməyə başlanıldı. Bu qadınlar yenilikləri dövriyyəyə daxil edir, bilavasitə biznesin iştirakçısına çevrilirdilər.

Dövlət siyasəti səviyyəsində postsovet ölkələrində, o cümlədən Azərbaycanda qadın sahibkarlığı məsələsinə sosial yanaşma baxımından münasibət bildirilir. Bu yanaşmada iqtisadi artıma nail olunması, insan potensialından layiqincə istifadə edilməsi, işsizliyə qarşı mübarizə və digər məsələlər mühüm yer tutur.

Qeyd etmək lazımdır ki, qadın sahibkarlığı fəaliyyəti bir sıra mühüm amillərlə, səbəblərlə, əngəllərlə bağlıdır.

Qadın sahibkarlığı problemi müasir dövrdə intensiv olaraq araşdırılır. ABŞ-da Konqresdə kiçik biznes seksiyası yaradılmışdır. 1988-ci ildə qadın biznesi haqqında akt qəbul olunmuşdur. Departamentin yeni imkanlar haqqında məruzəsində 4 məsələ diqqət mərkəzindədir [11].

1) Avropa İttifaqı ölkələrində qadın sahibkarlığının vəziyyəti;

2) Qadın sahibkarlığına metodoloji yanaşmalar, tipologiyalar, əsas xüsusiyyələr (методологические подходы, основные черты и типологии женского предпринимательства;)

3) Qadın sahibkarlığının dəstəklənməsi, yeni müəssisələrin dəstəklənməsində onun yeri;
4) Biznesdə qadın sahibkarların yeni imkanları.

Müasir dövrdə qadın sahibkarlığı məsələsi gün keçdikcə daha da aktuallaşır,yeni-yeni araşdırmalar diqqəti cəlb edir. Həmin araşdırmalarda aşaığıdakı istiqamətlər diqqəti cəlb edir.

Cədvəl 2.

Qadın sahibkarlığı ilə əlaqədar aparılan araşdırmalarda əsas istiqamətlər

İstiqamətlər	Xüsusiyyətlər
Qadın sahibkarlığının inkişafında əsas təmayüllərin müəyyənləşdirilməsi	Müqayisəli şəkildə qadın sahibkarlığında dayanıqlı istiqamətlərin müəyyənləşdirilməsi
Qadın sahibkarlığının inkişafının yekcinsliyinin qiymətləndirilməsi	Qadın sahibkarlığının inkişafı göstəricilərinin öyrənilməsi

Mənbə: [6].

Müasir dövrdə qadın sahibkarlığı ilə əlaqədar araşdırmalarda birinci istiqamət ənənəvi istiqamət kimi dəyərləndirilir. İkinci istiqamət isə daha çox biznesin inkişaf səviyyəsi ilə bağlıdır.

Deyilənlərə bir də onun əlavə edilməsində xüsusi yarar vardır ki, müasir dövrdə ictimai və iqtisadi fikirdə belə bir mövqe vardır ki, qadın sahibkarlığı istənilən ölkənin iqtisadi inkişafında mühüm resursdur. Liderlik edən qadın sahibkarların kəmiyyəti durmadan artır. Bu isə onu deməyə əsas verir ki, qadın sahibkarlığı fenomeninə dırnağarası yanaşmaq olmaz. Heç də təsadüfi deyildir ki, sözügedən fenomen müasir iqtisadi fikri məşğul etməklə yanaşı yüksək səviyyədə müxtəlif tribunalardan problemlə bağlı müxtəlif fikirlərin səslənilməsi xüsusi olaraq qeyd olunmalıdır. Rusiyanın Dövlət Dumasında qadın sahibkarlığının inkişaf etdirilməsinin vacibliyi ilə əlaqədar dəfələrlə fikirlərin səslənməsi faktı xüsusi olaraq qeyd olunmalıdır.

Müasir araşdırmalarda qadın sahibkarlığında mövcud vəziyyətlə əlaqədar araşdırmalarda mühüm istiqamətlərdən biri də covid-19-la bağlı yaranmış böhran vəziyyəti ilə bağlı səslənən fikirlərdir. BMT və Dünya Bankının araşdırmaları göstərdi ki, böhrandan qadın sahibkarlar kişi sahibkarlardan daha çox zərər gördülər. Burada göstəricilər müvafiq olaraq 64% və 52% olmuşdur. Covid-19 qadınların iqtisadi imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə azaldaraq gender bərabərsizliyini xeyli artırdı. Beynəlxalq Ticarət Mərkəzinin mütəxəssisləri hesab edirlər ki, son hadisələr qadınların iqtisadi statusuna bir neçə səbəbdən təsir etmişdir. İlk növbədə qadınlar sosial sektorlarda məşğuldurlar. Buraya xidmət sahələri, pərakəndə ticarət, turizm, mehmanxana biznesi kimi sahələr daxildir. Məhz həmin sahələrdə qadın məşğulluğu xüsusi rol oynayır. Digər tərəfdən isə, qadınların üzərinə ailə qayğısı da düşür.

Qeyd etmək lazımdır ki, sahibkarlığın formalaşması üçün müəyyən şərait tələb olunur. Buraya iqtisadi, sosial, hüquqi və digər zəruri şərtlərin mövcudluğu aid olunur. İqtisadi şərait alıcının təklif etdiyi əmtəə və xidmətlərin mövcudluğunu nəzərdə tutur. Bununla yanaşı alıcıların həmin əmtəə və xidmətlər müqabilində sərf edəcəyi pul kütləsinin mövcudluğu da tələb olunur. Deyilənlərlə yanaşı iş yerləri, işçi qüvvəsi və s. tələb olunur. İqtisadi şəraitə eyni zamanda pul kütləsi və resursların da mövcudluğu, gəlirlər səviyyəsi, pul kütləsi və resurslarının əl çatanlığı da təsir göstərir. Bu məsələlərə bazar infrastrukturunu formalaşdıran çoxsaylı təşkilatlar təsir göstərir. Həmin infrastruktur vasitəsi ilə sahibkarlar, o cümlədən sahibkar qadınlar biznes əməliyyatları həyata keçirirlər. Deyilənlərlə yanaşı iqtisadi şəraitə sosial amilləri də daxil etmək olar. Buraya hər şeydən öncə müəyyən dəb, üsul və zövqlərə uyğun gələn əmtəələrin mövcudluğu tələb olunur. Sosial-mədəni mühitdən asılı olan normalar burada önəmli yer tutur. Sosial şərait hər bir fərdə öz təsirini göstərməkdədir. Sahibkarlıq fəaliyyəti hər bir sahibkar üçün qazanclı olmalı və sahibkar bu fəaliyyət növündən zövq almalıdır.

Daha sonra qeyd etmək lazımdır ki, istənilən sahibkarlıq fəaliyyəti, o cümlədən qadın sahibkarlığı müəyyən hüquqi mühit çərçivəsində həyata keçirilir. Lakin deyilənlərlə yanaşı mühüm amillər də vardır ki, onlar birbaşa inkişafa təsir göstərir. Müvafiq olaraq aşağıdakı amillər xüsusi olaraq qeyd oluna bilər:

- əhalinin cins və yaş tərkibi, yaxın perspektivdə inkişaf imkanları, bir növ demoqrafik situasiya;
- sahibkar təhsilinin, bilik və vərdişlərinin mənimsənilməsinin ümumi və xüsusi səviyyəsi;
- dövlətin həyata keçirdiyi iqtisadi siyasəti;
- cəmiyyətin sahibkarlara, o cümlədən qadın sahibkarlara münasibəti.

Belə bir zəmində sahibkarlığın gender aspektinin araşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bazar iqtisadiyyatında qadınların iştirakı ictimai istehsalın həlledici amillərindən biridir. Ümumiyyətlə, qadınlar iqtisadi cəhətdən fəal əhalinin müəyyən hissəsinin formalaşmasına xidmət edir. Cəmiyyətin müasir inkişaf səviyyəsində qadın sahibkarlığı mühüm rol oynayır. İnkişaf etmiş ölkələrin postindustrial inkişaf mərhələsinə daxil olması ilə onlar üçün əsas prioritet xidmət sahələri olmuşdur. Burada mühüm vəzifələrdən biri bütün insan resurslarından mütləq səviyyədə istifadə olunmasıdır. İqtisadi sabitliyin bərpa olunması, işsizliyin azaldılması, orta təbəqənin formalaşdırılması baxımından qadın sahibkarlığı müəyyənedici amil rolunu oynayır. Analitiklər bir məsələdə ümumi fikrə gələ bilirlər ki, kiçik sahibkarlıq qadınların bacaracağı bir işdir. Son 10-15 ildə bütün dünyada qadınlar kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin yaradılmasına meyillidirlər. Azərbaycan Respublikası, o cümlədən işğaldan azad olunmuş torpaqlar da bu məsələnin həllində istisna olmamalıdır. Mütəxəssislərin də hesab etdiyi kimi qadın sahibkarlığının inkişaf etməsinin bir sıra ehtimalları vardır: 1) hələ də qadınların biznes məşğulluğu səviyyəsi kişi məşğulluğundan xeyli geridə qalır; 2) qadın işsizliyinin həcmi əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır, qadınlar arasında xroniki işsizlik növləri yayılmaqdadir; 3) qadınlar isthsal sahəsindən sıxışdırılır; 4) qadın sahibkarlığı ilə göstəricilərin təhrif olunması diqqəti cəlb edir; 5) təhsil səviyyəsindəki disproporsiyalar və s. özünü büruzə verməkdədir.

Qadınlar arasında, o cümlədən işğaldan azad olunmuş ərazilərdə məskunlaşacaq qadınlar arasında sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi çoxsaylı səbəblər kompleksindən ibarətdir. Burada söhbət məqsədli təlimatlardan, biznes motivasiyalardan, idarəetmə orqanlarının dəstəyindən gedir. Qadın sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi ekzogen və endogen amillər mövqeyindən də təhlil edilə bilər.

Ekzogen amillərə sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi və bir sıra zəruri hüquqi yardımın göstərilməsi aid edilə bilər. Endogen amillərə biznes-motivasiyalar, qadın sahibkarların şəxsi keyfiyyətləri aid edilə bilər. Göstərilən amillər araşdırmalar zamanı emprik təhlillərə və müşahidələrə məruz qala bilər. Hər zaman sahibkar üçün, o cümlədən qadın sahibkar üçün önəmli olan öz biznes layihəsini reallaşdırmaq üçün dövlət dəstəyinin alınması, müvafiq informasiya bazası və mühitinin olması və s. tələb olunur. Qadın sahibkarlığının gender aspektlərinə bir qədər ətraflı diqqət yetirək, çünki burada söhbət ən mühüm amildən gedir. Bir məsələni xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, qadın sahibkarlığının inkişaf etməsi Azərbaycan cəmiyyəti üçün olduqca vacib məsələdir. Bu isə onunla bağlıdır ki, sözügedən məsələdən çoxsaylı problemlərin həlli bilavasitə asılıdır. Nümunə üçün əhalinin rifah halının yüksəldilməsi, məhsulun və göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və s. göstərilə bilər. Dünya Bankının apardığı araşdırmalar göstərir ki, əgər ÜDM-in 30-40%-i kiçik və orta beznesin üzərinə düşürsə, belə bir ölkədə investisiya qoyuluşlarında problem var. Problemin birbaşa və dolayısı həlli sahibkalıq, o cümlədən qadın sahibkarlığı ilə bağlıdır. Bu isə o deməkdir ki, qadın sahibkarlığı, sahibkarlığın digər formaları dövlətdən güclü dəstək almalıdır. Bunun üçün isə eyni zamanda qadın sahibkarlığı starteji resusrlar ilə də təmin olunmalıdır. Həmin təminat ancaq dövlət tərəfindən edilə bilər. Qadın sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi yeni iş yerlərinin yaradılması, bir sıra iqtisadi üstünlüklərin əldə edilməsi deməkdir. Qadın sahibkarlığı bir sıra sosial əhəmiyyət daşıyan problemlərin həll edilməsi də deməkdir. Sosial siyasət və milli sosial mentalitet özünün növbəti inkişaf mərhələsinə daxil olur. Qadın sahibkarlığına, ümumilikdə daha pozitiv və yaradıcı yanaşmalar formalaşır, qadınların iqtisadi fəallığı yüksəlir, fəal mövqeyi formalaşır. Bu isə o deməkdir ki, qadın sahibkarlığının

inkişafı olduqca uzun prosesdir. Proses bir sıra amillərlə bağlıdır. Müvafiq olaraq aşağıdakı amillər diqqəti cəlb edir.

- hüquqi məsələlər. Müvafiq normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi;
- təsirli maliyyə-kredit mexanizmlərinin yaradılaraq dövriyyəyə daxil edilməsi;
- qadınlar üçün biznes inkubatorların yaradılması. Qadın klublarının yaradılması, sahibkarlığın formalaşması və inkişafının müxtəlif formalarının yaranması və inkişafına öz təsirini göstərəcək.

Digər tərəfdən qadın sahibkarlığı təkcə ticarət əməliyyatları ilə məhdudlaşmamalı, yeni sferalar, yeni texnologiyalar və sistemlər üzrə də inkişaf etməlidir.

Daha bir ekzogen amil kimi maliyyə sistemindən istifadə edilməsi imkanı qeyd edlə bilər. Sahibkarlığın maliyyə sistemi onu əhatə edən amillər və imkanların məcmusu kimi də təqdim olunmalıdır. Sahibkarlığın, o cümlədən qadın sahibkarlığının imkanları investisiya-kredit münasibətləri sisteminə daxil olması imkanları ilə müəyyənləşir. Nəhayət sahibkarin ictimai şüurda qazandığı simanın da mühüm əhəmiyyəti vardır.

Endogen amillərə biznes motivasiyalar, şəxsi keyfiyyətlər daxildir. Bu məsələyə bir qədər aydınlıq gətirək. Biznesi idarə edən şəxs sahibkar hesab edilə bilər. O, biznesi idarə edir və qərarlarına görə məsuliyyət daşıyır və müstəqil qərarlar qəbul edir. Onun mükafatı biznes fəaliyyəti müqabilində mənfəətin əldə edilməsidir. Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan digər sosial qruplar kimi qadın sahibkalar da öz işlərindən məmnunluq duyurlar. Burada digər sahibkarlar kimi qadın sahibkarların müvafiq funksiyaları da diqqəti cəlb edir.

1. Sahibkar resursların: torpağın, kapitalın, əməyin istehsal prosesində birləşdirilməsinə görə məsuliyyət daşıyır. Qadın sahibkar eyni zamanda istehsalın aparıcı qüvvəsi digər resursları birləşdirən, əlaqələndirən vasitəçi kimi çıxış edir.
2. Sahibkar biznes faəliyyətində qərarın qəbul edilməsində əsas vəzifəni öz üzərinə götürür.
3. Sahibkar yenilikçidir. Kommersiya əsasları ilə yeniliklərin dövriyyəyə daxil olmasına xidmət edir.
4. Sahibkar, o cümlədən qadın sahibkarlar risk etməyi bacaran insanlardır.

Göründüyü kimi, sahibkarlıq fəaliyyətinin digər növlərinə aid dilə bilən amillər qadın sahibkarlığına da aid dilə bilər. Bunlar sosial, iqtisadi, ekzogen və endogen amillərdir.

Daha sonra qadınları sahibkarlıq fəaliyyətinə sövq edən səbəblərə diqqət yetirək. Bəhs edilən səbəblər qismində aşağıdakılar diqqəti cəlb edir:

- özünü reallaşdıra bilmək imkanı;
- asudə vaxt üzərində sərəncam imkanı;
- insanın öz rəhbəri olması istəyi;
- həmfikirlədən ibarət komandanın mövcudluğu;
- öz istəyincə arzu edilən iş yerinin yoxluğu;
- digər insanlara rəhbərlik etmək bacarığının olması.

Müvafiq olaraq qadın sahibkarlığının inkişafına əngəl olan maneələrlə əlaqədar mühakimə yürüdək.

Təhlillər göstərir ki, bütün ölkələrdə qadın sahibkarlığının inkişafı ilə əlaqədar ciddi əngəl və problemlər vardır. Hər şeydən öncə xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, qadın sahibkarlığının inkişaf etməsi kompleks məzmun daşıyan məsələdir. Qadın sahibkarlığının inkişaf etməsindən potensial effektin əldə edilməsi üçün bir sıra şərtlər diqqəti cəlb edir. Bunlar aşağıdakılardır:

- sahibkar qadınlarını müvafiq ixtisas hazırlıqları keçməsi;
- sahibkar qadınların risklərdən qorunması üçün əlverişli hüquqi bazanın yaradılması;
- biznes startapların yaradılmasında dövlət orqanlarının dəstəyi;
- qadın sahibkarlıq subyektlərinin dövlət orqanları ilə müştərək layihələrinin yaradılması;
- sahibkar qadınların kreditləşməsinin stimullaşdırılması;
- güzəştli vergiqoyma şərtlərinin müəyyənləşdirilməsi;
- biznes inkubatorlarının yaradılması və inkişafı;
- sahibkarlıq subyektlərinə müvafiq və münasib yeniliklərin tətbiqi.

Müvafiq olaraq qadın sahibkarlığına dəstək aktları diqqəti cəlb edir.

Belə bir zəmində xüsusi olaraq qeyd etmək lazımdır ki, sahibkar qadınlar – ABŞ iqtisadiyyatının mühüm halqasıdır. Kommersiya şirkətlərinin 2017-ci ildə hesabatlarına görə ABŞ-da ümumi gəliri 1,7 trilyon dollar olan, qadınlara məxsus 11,6 milyon müəssisə olub. Bu səbəbdən ABŞ Dell's Women Entrepreneur Index-ə görə, qadınlar üçün yaradılmış şəraitə görə siyahıya başçılıq edir. Qadınların biznes fəaliyyətində qarşılaşdığı əsas problemlərdən biri inzibati əngəllərdir.

Nəticə

Qeyd emək lazımdır ki, cəmiyyət inkişaf etdikcə qadın sahibkarlığı sferasının rolu durmadan artır. Qadınlar daha çox xidmətlər sferasında özünü büruzə verməkdədir. Bütün bunlar əsasında qeyd etmək lazmdır ki, iqtisadi tədqiqatlarda qadın sahibkarlığına profil yanaşmaları özünü büruzə verir. İqtisadi ədəbiyyatlarda qadın sahibkarlığının işgüzar xüsusiyyətləri diqqət mərkəzinə gəlir, eyni zamanda qadın sahibkarlığının spesifik xüsusiyyətləri də araşdırılır. Müvafiq olaraq yeni biznes modellər haqqında fikirlər irəli sürülür K.Markidesin yeni biznes modeli əsasında qadın sahibkarlığının aşağıdakı perspektivli modelləri haqqında fikirlər diqqəti cəlb edir [14]:

1) Biznes haqqında fundamental baxışlara əsasən – “yeni bazarın yaradılması”.
2) Müştrələrin seçilməsi əsasında - Yeni bazarın yaradılması, öz müştərilərinin formalaşdırılması;
3) Diferensiallaşdırma strategiyası üzrə - Yeni nəsil, yeni servis;
4) İstehsal sistemi üzrə -Yeni istehsal texnologiyaları –P2P texnologiyasına xidmət;
5) Təşkilat strukturuna əsasən;
6) Yayılma kanalları üzrə.

Beləliklə, qadınlar rəqəmsal modellərdən istifadə edərək yeni biznes modelləri yaradaraq iqtisadi inkişafa səbəb olurlar. Zənnimizcə, qadın sahibkarlığı məsələsi gender məsələsi olmaqla cəmiyyətdəki çoxsaylı problemlərin həllində mühüm rol oynayır. Tədqiqatımız göstərdi ki, iqtisadi və ictimai sahələrin mütəxəssisləri ilə birlikdə qadınlar biznes layihələrin həyata keçirilməsində fəal iştirak edirlər.

ƏDƏBİYYAT

1. Алгада Х. Женское предпринимательство как предмет научных исследований//Вестник ВУиТ. 2021. №1 (47). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zhenskoe-predprinimatelstvo-kak-predmet-nauchnyh-issledovaniy (дата обращения: 28.05.2021).issledovaniy (дата обращения: 28.05.2021). с.5-12.
2. Арбиталина А.С. Женское предпринимательство:социально-экономические мотивации и факторы//Авторефератдиссертации на соискание ученой степеникандидата социологических наук, Саратов 2006, с.6-8.
3. Беляева О.А. Предпринимательское право: Учебное пособие. — Изд. 2-е. — М.: Юридическая фирма "КОНТРАКТ", ИНФРА-М, 2009.
4. Горелик К. В. Борьба американских женщин за равные права и возможности в социально-экономической сфере, создание законодательной базы женского предпринимательства // Вестник КемГУ. 2008. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/borba-amerikanskih-zhenschin-za-ravnye-prava-i-vozmozhnosti-v-sotsialno-ekonomicheskoy-sfere-sozdanie-zakonodatelnoy-bazy-zhenskogo (дата обращения: 05.06.2021).
5. Кулуева Ч.Р., Астанова С.У. Развитие женского предпринимательства в регионах Кыргызстана // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. №12-2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-zhenskogo-predprinimatelstva-v-regionah-kyrgyzstana (дата обращения: 31.05.2021)
6. Орлова А.В. Оценка равномерности в исследованиях развития женского предпринимательства//Эпоха науки № 22, 2020, с.162-166.

7. Jennings, J.E., & Brush, C.G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? The Academy of Management Annals, 7(1), 663–715.
8. Richard R. Peterson,Women, work, and divorce / Albany : State University of New York Press, c1989, issue XİİI, 179
9. Lanzolla G, Markides C. A business model view of strategy. Journal of Management Studies 2021 Vol 58:2 p 540-553.
10. Hughes, K.D., Jennings, J.E., Brush, C.G., Carter, S., & Welter, F. (2012). Extending women’s en-trepreneurship research in new directions. Entrepreneurship Theory and Practice, 36, 429–442
11. Inuzuka, June (2009). "Women of Color and Public Policy: A Case Study of the Women's Business Ownership Act". International Small Business Journal. 27: 1215.
12. Jennings, J.E., & Brush, C.G. (2013). Research on women entrepreneurs: challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? The Academy of Management Annals, 7(1), 663–715.
13. Terjesen, S., & Lloyd, A. (2015). The 2015 Female Entrepreneurship Index. Report. The Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI).
14. Markides C., A business model view of strategy.Journal of Management Studies 2021 Vol 58:2 p 540-553
15. https://www.unicef-irc.org/publications/?ThematicSeriesID=2&sortBy= oldest

Aytekin Maharram Bagirova
Azerbaijan University of Technology,
doctoral student

Development of socio-economic approaches in the study of women's entrepreneurship

Summary

Research objective is to study the main socio-economic approaches in the study of women's entrepreneurship.

Research methodology - systematic approach, comparative analysis.

Practical value of research - the possibility of using it as a scientific source in research on women's entrepreneurship.

Findings - suggestions for the development of women's entrepreneurship.

Originality and scientific novelty of the research - identification and scientific substantiation of modern directions related to the development of women's entrepreneurship in the Republic of Azerbaijan.

Keywords: entrepreneurship, women's entrepreneurship, economic thought, sociology, feminist movement.

Айтекин Махаррам кызы Багирова
Азербайджанский Технологический
Университет, докторант

Развитие социально-экономических подходов в изучении женского предпринимательства

Резюме

Цель исследования - изучить основные социально-экономические подходы в изучении женского предпринимательства.

Методология исследования - системный подход, сравнительный анализ.

Практическая ценность исследования - возможность использования его в качестве научного источника в исследованиях женского предпринимательства.

Результаты исследования - предложения по развитию женского предпринимательства.

Оригинальность и научная новизна исследования - выявление и научное обоснование современных направлений, связанных с развитием женского предпринимательства в Азербайджанской Республике.

Ключевые слова: предпринимательство, женское предпринимательство, экономическая мысль, социология, феминистское движение.