

UOT 334.7

Aygün Alim qızı HACIYEVA
Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin baş müəllimi
E-mail: aygun-gadjieva@mail.ru;
Mehriban Hidayət qızı HƏSƏNOVA
Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin baş müəllimi
E-mail: mehribanks@mail.ru;
Validə İsa qızı SALIYEVA
Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin baş müəllimi
E-mail: vsaliyeva@bk.ru

KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ – BAZAR RƏQABƏTİNİN İNKİŞAF AMİLİ KİMİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – Məqalənin məqsədi bazar iqtisadiyyatı şəraitində kiçik və orta sahibkarlığın ölkə iqtisadiyyatında rolunun və çəkisinin artırılması, davamlı iqtisadi artımın təmin edilməsi və dövlətin bu sahəyə dəstəyinin zəruri olmasını göstərməkdir. Bu məqsədə nail olmaq üçün kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf strategiyaları izah edilmiş və dövlətin innovasiya proseslərində iştirakını zəruri edən amillər araşdırılmışdır.

Tədqiqatın metodologiyası - araşdırılan problemə sistemli və kompleks yanaşma, habelə kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf təsirinin tənzimlənməsinin müxtəlif aspektlərdən müqayisəli təhlili, ümumiləşdirilməsi və qiymətləndirilməsi ilə bağlı metodlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – alınmış nəticələrdən kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf strategiyalarının tənzimlənməsi ilə bağlı nəzəri və praktiki problemlərin həll olunmasında istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın nəticələri – qlobal çağırışlar və ölkənin müasir inkişaf səviyyəsi nəzərə alınmaqla kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının tənzimlənməsinin optimallaşdırılması üzrə təklif və tövsiyələrin hazırlanmasından ibarətdir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – Təhlilini apardığımız məqalədə Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının əhəmiyyəti və onun inkişafında rəqabət amili haqqında məlumatlar yer almışdır. Son illərdə bu sahəyə dövlət dəstəyinin göstərilməsi, sahibkarlığın inkişafında xeyli müsbət nəticələr olduğu göstərilmişdir.

Acar sözlər: *bazar iqtisadiyyatı, kiçik və orta sahibkarlıq, rəqabət mühiti, rəqabətqabiliyyətlilik, amil.*

Giriş

Kiçik və orta sahibkarlıq bazar iqtisadiyyatının sosial əsası, dövlətin və cəmiyyətin sabitliyinin təminatçısı və ölkə iqtisadiyyatında dinamiklik faktorudur. Ölkədə azad özəl sektor olan kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün zəruri şərait olmalıdır. Belə şəraitə ölkədə etibarlı qanunların, vergi, investisiya, valyuta siyasətinin olması, maliyyə-kredit tənzimlənməsi və iqtisadiyyatın strukturunun yenidən qurulması, yəni bazar infrastrukturunun yaradılması və inkişaf etdirilməsi tələb olunur. Beləliklə, ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi həm ölkədə zəruri rəqabət mühitinin olmasından asılıdır, həm də rəqabətin təkanvericisidir.

Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın və bütövlükdə, ölkə iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsi üçün güclü potensial və geniş imkanlar mövcuddur. Bunun üçün ümumi biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, maliyyə resurslarına çıxış imkanlarının daha sərfəli və effektiv təşkil edilməsi, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin yerli və xarici bazarlara çıxışının təmin edilməsi, bacarıqlı və ixtisaslı kadr təminatının yaradılması atılmalı olan vacib addımlardandır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində mükəmməl bazar, o cümlədən rəqabət mühitinin yaradılmasının başlıca amillərindən biri sahibkarlığın formalaşdırılması və inkişafıdır. Sahibkarlığın iqtisadi kateqoriya kimi yaranması iki bir-birini tamamlayan şərtin olmasını tələb edir: yenilikçilik və iqtisadi azadlıq. Riskin daşınması, resurslara sahib olma, liderliyə can atmaq kimi xüsusiyyətlər kiçik sahibkarı bazar rəqabətinin fəal lokomotivinə çevirir. Kiçik və orta sahibkarlar üçün bazarla sıx əlaqə, kooperasiya və əmək bölgüsü, özünü təmin etmə, seçim azadlığı, qərarların qəbul edilməsində müstəqillik, riskə və mənfəət əldə etməyə meyillilik xasdır. Bütün bunlar kiçik və orta sahibkarlığı bazarın ən çevik, rəqabət aparıcı və yenilikçi subyektinə çevirir.

Kiçik sahibkarlar istənilən sahibkar kimi öz mənfəətini maksimallaşdırmağa cəhd edir. Çünki onun rifahı, gələcəyi və maddi sərvəti işinin, yaxud müəssisəsinin gətirdiyi gəlirdən asılıdır. Bu istək onu cəmiyyət üçün zəruri olan və onun ən çox ehtiyac duyduğu mal və xidmətləri etməyə təhrik edir. Nəticədə kiçik və orta sahibkarlar yeni bazarlar yaradır, köhnə bazarlarda rəqabətin daha da güclənməsinə təkan verir. Özü üçün mənfəət əldə edərək sahibkar yeni iş yerləri təqdim edir və mövcud olanları saxlayır, basqalarının yaratdığı mal və xidmətlərin istehlakçısı kimi çıxış edir və müvafiq vergilər ödəyir. Bununla da kiçik və orta sahibkarlar ölkə iqtisadiyyatında inkişafa təkan verir.

Sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində sahibkarlıq ölkənin ümumi sosial-iqtisadi vəziyyətinə daha da əlverişli təsir göstərir. İqtisadiyyatın dövlət sektorunun alternativini kimi çıxış edərək, o, rəqabət mühitinin formalaşmasına səbəb olur, əlavə iş yerləri yaradır və bununla cəmiyyətdə sosial gərginliyi azaldır.

Kiçik sahibkarlar dayanmadan bazar konyunkturuna uyğunlaşmağa çalışırlar, cəmiyyətin daim dəyişən tələblərinə tez bir zamanda cavab verirlər və rəqabət münasibətlərini formalaşdırırlar. Onlar aparıcı şirkətlərin məhsullarını təqlid edir və eyni istehlak xüsusiyyətlərinə malik məhsulu orijinala müqayisədə daha ucuz qiymətə təklif etməklə iri şirkətlərə ciddi rəqabət yaradırlar [2, s. 116]. Bəzi hallarda kiçik sahibkarlar iri şirkətlərin zəif bölmələri ilə rəqabət aparır və bazarın müəyyən segmentindən onları çıxarmağa nail olurlar. Buna onların çox sayda olmasından başqa daha çevik və yenilikçi olmaları səbəb olur.

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının əhəmiyyəti

Bazar münasibətləri şəraitində, son on ildə kiçik və orta sahibkarlıq strateji resurs, sabit iqtisadi inkişafın və ölkə əhalisinin maddi rifahının təmin edilməsinin daxili mənbəyi olduğunu müəyyən mənada sübut etmişdir. 2018-ci ildə Azərbaycanda mikro, kiçik və orta sahibkarların sayı 244883 olmuşdur. Onlardan hüquqi şəxs kimi fəaliyyət göstərənlərin sayı 26389, fərdi sahibkarların sayı 218494 nəfər təşkil etmişdir. Onların yaratdığı əlavə dəyər 2018-ci ildə 9836,6 milyon manat olmuşdur, bu isə ölkə göstəricisinin 13,4%, qeyri-neft sektorunda yaradılan əlavə dəyərin isə 23,5%-ni təşkil edir. Kiçik və orta sahibkarların yaratdığı iş yerlərinin sayı ümumilikdə 283,4 min nəfərdir, ölkədə işləyənlərin 42,9%, qeyri-neft sektorunda işləyənlərin 45%-ni təşkil edir. Kiçik və orta sahibkarlar 2018-ci ildə əsas kapitalla 6953,0 milyon manat vəsait yönəlmişlər, bu da ölkə üzrə əsas kapitalla yönəldilən kapitalın 62,5%-ni təşkil edir. İqtisadiyyatın bu sektorunda yüklənmiş malların, yerinə yetirilmiş işlərin, göstərilmiş xidmətlərin dəyəri 17401,6 milyon manat olmuşdur ki, bu da ölkə üzrə göstəricinin 21%-ni təşkil edir [5].

Bazar münasibətləri sistemində rəqabətin əsas məzmunu alıcı uğrunda mübarizə və onların ehtiyaclarının tam təmin edilməsidir. Bazarda daha çox pay və mövqe uğrunda mübarizə və bu sahədə əldə edilən müvəffəqiyyət ilk növbədə əmtəə istehsalçıların istehsal etdikləri məhsulun keyfiyyəti və onun qiymətinin aşağı olmasından asılıdır. Əslində bazar münasibətləri şəraitində rəqabət sahibkarlıq fəaliyyətinin ən mühüm ölçü vahidi hesab edilir [1, s. 62].

Bizim respublika bazar münasibətlərinin inkişafının elə bir mərhələsindədir ki, rəqabət hələ də iqtisadiyyatın inkişafına Qərbdə olduğu kimi tam təsir edə bilmir. Buna görə də dövlətimizin iqtisadi siyasəti rəqabətin inkişafının stimullaşdırılmasına istiqamətlənmişdir. Bu da öz əksini kiçik və orta sahibkarlığa dövlət dəstəyinin artmasında göstərir.

Respublika iqtisadiyyatında real rəqabət mühitinin təmin edilməsi xüsusi sektorun inkişaf etdirilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın dinamik və məqsədmüvafiq inkişafı üçün biznes şəraitinin yaxşılaşdırılması hesabına mümkündür. Kiçik biznes sosial məsələləri də həll etməyə imkan verir. Kiçik mülkiyyətçilər təbəqəsinin geniş vüsət alması orta sinfin formalaşmasına zəmin yaradır ki, o ölkədə siyasi və sosial sabitliyin zəmanətçisidir və iqtisadi inkişafın əsas təkanverici qüvvəsidir. Yerli işsizliyin azaldılması probleminin həlli də kiçik və orta biznesin inkişafının lehinədir. Odur ki, səmərəli investisiya siyasətinin həyata keçirilməsi imkanların məhdud olmasına baxmayaraq iş tapmaqda çətinlik çəkən şəxslərə və işsizlər üçün yeni iş yerləri yaradan müəssisə və təşkilatlara real dəstək verilməsi və təsir göstərilməsi olduqca zəruridir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, kiçik biznes bazar iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır, iqtisadi artım tempini müəyyən edir, habelə maddi, maliyyə və kadr resurslarının daha səmərəli bölgüsünü təmin edir. Bu səbəbdən də bazar iqtisadiyyatının prioritet istiqamətlərindən biri kiçik və orta biznesin inkişafıdır. Digər tərəfdən iqtisadiyyatda prioritet məsələlərdən biri iş yerlərinin yaradılması mühitidir və bu baxımdan da, iri müəssisələrlə müqayisədə kiçik biznesdə yeni iş yerlərinin yaradılması daha az xərc tələb edir.

Kiçik və orta müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyəti həmçinin cəmiyyətin sosial problemlərinin həll edilməsinə kömək edir və kiçik biznes, həmçinin, regional iqtisadiyyatın inkişafına müsbət təsir göstərir, yeni iş yerləri yaradır, ölkədə məşğulluğu və rəqabət mühitinin yaradılmasını təmin edir.

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafında rəqabət amili

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının yüksək səviyyədə olması rəqabətin inkişaf etdirilməsinin əsas amillərindəndir. Öz çevikliyinə, tez yeniləşmə və yeni istehsal növlərinə, buraxılan məhsulun yeni çeşidinə istiqamət götürmək, yeni texnologiyalardan və elmi işləmələrdən istifadə etmək bacarığı kiçik biznesi böhran vəziyyətinə məruz qalmaqdan qoruyur, iri şirkətlərlə rəqabət aparmağa imkan verir, onun səmərəliliyini stimullaşdırır [3, s. 126].

Bazar subyektləri arasında sahibkarlıq fəaliyyətinin ən əlverişli şərtləri uğrunda mübarizənin bir forması olan rəqabət zamanı onların müstəqil fəaliyyətinin hər birinin bazarda əmtəə (məhsul, iş, xidmət) dövriyyəsinin ümumi vəziyyətinə təsir etmək imkanı əsaslı surətdə məhdudlaşır və eyni zamanda bu təsiri stimullaşdırır. Sahibkarlıq fəaliyyətində rəqabət sahibkarların sərfəli istehsal şərtləri və məhsul satışı uğrunda mübarizəsini əks etdirir. O, istehsalın tempini və həcmi tənzimləyir və eyni zamanda istehsalçını elmi-texniki nailiyyətlərin tətbiqinə, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə, texnologiyanın, istehsalın təşkilinin təkmilləşdirilməsinə və s. məcbur edir.

Rəqabət bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin, xüsusi sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsinin başlıca amilidir.

Rəqabətli iqtisadi şəraitdə sahibkarlar öz fəaliyyətinin maksimum yüksək mənfəət əldə etmək, satış həcmi artırmaq və bazarda öz bölməsini genişləndirmək kimi əsas məqsədlərinin təmin olunmasından ötrü öz mal və xidmətlərinin istehlakçıları müstəqil surətdə axtarır. Rəqabət sahibkarları bazarda daha səmərəli hərəkət etməyə vadar edir. Ən aşağı qiymətlərlə ən yaxşı keyfiyyətli mal və xidmətlərin daha geniş çeşidini istehlakçılara təqdim etməyə məcbur edir. Rəqabətin təzahürü bazar mühitinin inkişafının əsas tendensiyalarından biridir.

Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin istehsalının inkişafı iqtisadiyyatın sağlamlaşdırılması üçün əlverişli şərait yaradır. Bu ondan irəli gəlir ki, rəqabət şəraiti inkişaf edir, əlavə iş yerləri yaranır, struktur yenidənqurması gedir, istehlak bölməsi genişlənir.

Bazar əlaqələrinə cəlb olunmuş bazarın iştirakçıları arasında xüsusi formada təzahür edən münasibətləri ifadə edən rəqabət bir tərəfdən istehlakçıların öz aralarında, digər tərəfdən istehsalçılarla istehlakçıların öz aralarında mənfəələrinin reallaşması uğrunda mübarizəni əks etdirir. Sahibkarlar öz aralarında rəqabət mübarizəsi aparmaqla istehsalda, satışda-alışda əlverişli şəraitə nail olmağa çalışırlar. Bu mübarizə isə həmişə onları istehsalı təkmilləşdirməkdə, inkişaf etdirməkdə maraqlı edir, çünki rəqabət mübarizəsinə dözməkdə həmişə iflasa uğramaq təhlükəsi var. Rəqabət bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin xüsusi sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsinin başlıca amilidir. Rəqabət nəticəsində subyektlər həmişə bir-birini ötməyə,

bir-birini öz iqtisadi göstəricilərini yaxşılaşdırmağa sövq edir, bir-birindən geri qalmamağa çalışırlar.

Rəqabət bir tərəfdən istehsalın kifayət qədər çevik olmasında istehsalçıları stimullaşdırır, digər tərəfdən bu iqtisadi mübarizəyə tab gətirməyənlərin iflasa uğramasına səbəb olur. O, elmi-texniki nailiyyətlərin istehsala tətbiqinin sürətləndirilməsini, əməyin təşkilinin mütərəqqi formalarının tətbiqini, eyni zamanda iqtisadiyyatda təşkilati və struktur dəyişikliyinə aparılmasını zəruri edir. Əks-təqdirdə iqtisadiyyatın dünya iqtisadi inkişafından geri qalması prosesi müşahidə olunur.

Rəqabət nəticəsində məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması dünya bazarına rəqabət qabiliyyətli məhsulla çıxmağa imkan yaradır. Rəqabət nəticəsində məhsul vahidinə material məsrəfləri istehsalçı tərəfindən aşağı salınır və nəticədə həm istehsalın, həm də bütövlükdə iqtisadiyyatın səmərəliliyi yüksəlir. Dünya praktikasında rəqabət əsas etibarilə bazar iqtisadiyyatının hərəkətverici qüvvəsi, məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasının, elmi-texniki tərəqqinin sürətləndirilməsinin, istehsal xərclərinin və müvafiq olaraq qiymətlərin səviyyəsinin aşağı salınmasının ən güclü stimulu hesab edilir. Rəqabət müəssisənin istehsal etdiyi məhsula çəkdiyi xərcləri aşağı salmağa, ictimai istehsalın səmərəliliyini yüksəltməyə sövq edən vasitədir. Əmtə istehsalını bazarın tələbatına istiqamətləndirməklə əmtə və xidmətləri geniş şəkildə seçmək, müəssisəni istehsal ehtiyatları ilə tam təmin etmək imkanı yaranır [1, s. 71].

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına dövlət dəstəyi

Kiçik və orta sahibkarlıq iqtisadi fəallığın, məşğulluğun təminatında, ən əsası isə orta təbəqənin formalaşmasında həlledici söz sahibi hesab olunur. Kiçik və orta sahibkarlığın ölkə iqtisadiyyatında rolunun və çəkisinin artırılması davamlı iqtisadi artımın təmin edilməsi baxımından prioritet istiqamətlərdəndir.

Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlara dövlət maliyyə köməyinin iki mexanizmi təşəkkül tapmışdır. Birinci mexanizm fermer təsərrüfatlarına subsidiya formasında kredit güzəştləri verilməsidir. Bu mexanizm vasitəsilə fermer təsərrüfatlarının kommersiya banklarından aldıkları kreditin faizinin (Milli Bankın faiz dərəcəsi həcmində, lakin 10 min manatdan çox olmamaqla) büdcə vəsaiti hesabına fermerlərin əvəzinə ödənilməsi təmin olunmuşdur. İkinci mexanizm kiçik sahibkarlığa investisiya yardımının həyata keçirilməsidir. Bu məqsəd üçün dövlət büdcəsindən vəsait ayrılması nəzərdə tutulur. Bu vəsait sahibkarlığın prioritet istiqamətləri üzrə investisiya layihələrinə müsabiqə əsasında güzəştli uzunmüddətli kredit formasında yönəldirir. Kredit istehsal məqsədlərinə verilir. Kiçik və orta biznes üçün maliyyə vəsaitinin mühüm mənbəyi kommersiya banklarıdır. Son dövrlərdə bu istiqamətdə ayrılmış kreditlərin quruluşunda uzunmüddətli kreditlərin payı artmışdır. Bu da kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərmişdir.

Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına, o cümlədən maliyyələşməsinə dövlət dəstəyini təmin edən bir sıra təsisatlar fəaliyyət göstərir. Bu təsisatlar aşağıdakılardır:

- Sahibkarlığın İnkişafı Fondu;
- Aqrar Kredit və İnkişaf Agentliyi;
- İnnovasiyalar Agentliyi;
- Gənclər Fondu;
- Azərbaycan İntestisiya Şirkəti.

Bu qurumların əsas xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, onların verdikləri kredit resursları dövlət büdcəsindən ayrılan vəsaitlər hesabına təmin edilir. Eyni zamanda bu təsisatların verdikləri kreditlər güzəştli kateqoriyasına malikdir və bazar səviyyəsindən dəfələrlə ucuzdur.

Prezidentin fərmanı ilə 2017-ci ildə İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi yaradılmışdır. Agentlik kiçik və orta biznes subyektlərinə bir sıra xidmətlər göstərən dövlət orqanlarının bu sahədə xidmətlərinin əlaqələndirilməsini və tənzimlənməsini həyata keçirir. Kiçik və orta biznesin inkişafının dəstəklənməsi, ölkə iqtisadiyyatında kiçik və orta biznesin rolunun artırılması, onların maraqlarının müdafiəsi, kiçik və orta bizneslərə vahid məkan prinsipi ilə xidmətlərin göstərilməsi, dövlət və özəl qurumların bu sahədə fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi qurumun başlıca fəaliyyət istiqamətləridir. Başqa sözlə, Agentlik kiçik və orta biznesin

yaradılmasından başlayaraq, onun fəaliyyətinin bütün mərhələlərində mövcud dövlət dəstəyi mexanizmləri və göstərdiyi xidmətlər çərçivəsində kiçik və orta bizneslərə dəstək olur, dövlət qurumları ilə kiçik və orta biznes subyektləri arasında körpü rolunu oynayır.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 noyabr 2018-ci il tarixli Fərmanına əsasən, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində olan İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Fondunun və “Yüksək Texnologiyalar Parkı” Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyətinin əsasında nazirliyin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyi yaradılıb.

İnnovasiyalar Agentliyi yerli sahibkarlara müasir texnologiya və texnoloji avadanlıqların əldə olunmasında yardım göstərən, onların transferini təşkil edən, innovasiyaya əsaslanan elmi tədqiqatları dəstəkləyən, innovativ layihələri, o cümlədən startapları stimullaşdıran, onları qrant, güzəştli kredit və vençur vasitəsilə maliyyələşdirən agentlikdir. Agentliyin əsas məqsədi İKT sektorunun davamlı inkişafı və rəqabət qabiliyyətinin artırılması, müasir elmi və texnoloji nailiyyətlərə əsaslanan innovasiya və yüksək texnologiya sahələrinin genişləndirilməsi, elmi tədqiqatların aparılması, yeni texnologiyaların işlənilməsi üzrə müasir komplekslərin yaradılmasıdır.

Eyni zamanda, Azərbaycan Prezidentinin 29 may 2019-cu il tarixli Fərmanı ilə “Mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin rəqabətqabiliyyətli istehsalının stimullaşdırılması məqsədilə daxili bazar araşdırmalarına dövlət dəstəyi göstərilməsi Qaydası” təsdiq edilib. Qaydaya uyğun olaraq, bu dəstək mexanizmindən mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri yararlanır. Yeni dəstək mexanizmi çərçivəsində sahibkarların müraciəti əsasında müvafiq sahə üzrə bazar araşdırmasının aparılması üçün kiçik və orta bizneslərə informasiya və maliyyə dəstəyi göstərilir. Mikro, kiçik və orta sahibkarlar üçün daxili bazar araşdırmalarının aparılmasına dövlət dəstəyinin göstərilməsi ilə bir tərəfdən sahibkarın bu sahədə xərcləri azalacaq, digər tərəfdən rəqabətqabiliyyətli istehsalın stimullaşdırılması ilə yeni məhsul və xidmətlərin, müəssisə və obyektlərin yaranmasına, özəl sektorda məhsul istehsalının artırılmasına dəstək göstəriləcək. Mikro, kiçik və orta sahibkarların daxili bazar araşdırmalarına dövlət dəstəyinin təşkili Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi tərəfindən həyata keçirilir.

Hər bir ölkədə iqtisadiyyatın dayanıqlılığı kiçik və orta biznesin inkişaf səviyyəsi ilə bağlıdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə kiçik və orta sahibkarlığın ÜDM-də payı **50%**, məşğulluqda isə **60%**-dən çoxdur. Avropa İttifaqına daxil olan ölkələrdə müəssisələrin **99%**-ni kiçik və orta müəssisələr təşkil edir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə ortahəcmli müəssisələr məşğulluğun əsas təminatçısıdır. Son 5 ildə Avropa məkanında yeni iş yerlərinin 85%-i kiçik və orta biznes subyektləri tərəfindən yaradılıb. Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı, biznes mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində atılan addımlar, aparılan islahatlar və dövlət dəstəyi tədbirləri nəticəsində özəl bölmə kifayət qədər inkişaf edib, sahibkarlığın ÜDM-də və məşğulluqda payı əhəmiyyətli dərəcədə artıb. 2018-ci il üzrə göstəricilərə əsasən kiçik və orta biznesin ÜDM-də payı **27%**, məşğulluqda **21%**, ixracda isə **36%**-dir [6].

Nəticə

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, kiçik və orta sahibkarlığın hərtərəfli dəstəklənməsi rəqabətin daimi inkişafının, istehlakçının üstünlük verdiyi hallara qarşı etinasızlıq göstərməklə bu prosesdən ötrü səciyyəvi olan inhisarlaşdırma tendensiyalarının aradan qaldırılmasının sarsılmaz şərtidir. Əhalinin ən müxtəlif sosial təbəqələri üçün nəzərdə tutulan ən müxtəlif mal və xidmətlərin təklif edilməsi kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinə qarşı daimi tələbatın olması üçün şəraitin yaradılmasına imkan verir.

Bundan başqa inkişaf etmiş sənaye ölkələrində hətta outsourcing üzrə kənara verilməsi məqsəduyğun olan işlər üzrə iri tendensiya əmələ gəlməyə başlamışdır. Ticarət sahəsində rəqabətlik mübarizəsi üzrə dərslərdən birini D.Teylor bu sözlərlə başlayır: Kiçik müəssisənin rəqabət qabiliyyətliliyi onun öz məhsulunun satış bazarını uzun müddət saxlamaq və genişləndirmək, öz əməliyyatlarından və kapital qoyuluşlarından gəlirlərin azalmasına yol verməmək bacarığından irəli gəlir.

Kiçik və orta sahibkarlığa xas olan çeviklik və dinamiklik faktik surətdə kiçik müəssisəni öz-

fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi prosesinə daim fikir verməyə sövq edir. Beləliklə, kiçik və orta sahibkarlığın rəqabətqabiliyyətliliyinin birinci amilini dəyişilmək və təkmilləşdirmək bacarığı kimi formalaşdırmaq olar.

Kiçik və orta müəssisələrin bu bacarığı ilə sahibkarlığın rəqabət üstünlüyünün ikinci amili innovasiyalılıqla – müəssisələrin innovasiyalara, tələbatın potensial surətdə irəli sürdüyü yeniliklərin istehsalata daim tətbiq edilməsinə qadir olması ilə sıx surətdə bağlıdır.

Bazarın məhdud seqmentlərinə yiyələnmək bacarığı – kiçik və orta biznesin mühüm keyfiyyət xarakteristikalarından biridir və eyni zamanda rəqabətqabiliyyətliliyin üçüncü amilidir. Bir qayda olaraq, kiçik müəssisələrin nomenklaturası və çeşidi daim dəyişilən məmulatların kiçik dəstinin hazırlanması lüzumu əmələ gəldikdə meydana çıxır. Belə məhsullar istehlakçıların məhdud miqdarda olması şəraitində əhəmiyyətsiz mənbələrdən, əsasən yerli xammal və materiallardan istifadə etməklə hazırlanır.

İri biznesə nisbətən kiçik və orta sahibkarlıq daha yüksək səviyyədə müstəqillik və məsuliyyət tələb edir. Kiçik və orta biznes sahibkarları yalnız özlərinə bel bağlaya bilərlər: start kapitalını, ilkin investisiyaları özləri tapmalıdırlar, öz iş proqramlarını işləyib hazırlamalı, özlərini lazımi ehtiyatlarla təmin etməli, qəbul etdikləri qərarların nəticələrinə görə cavabdeh olmalıdırlar. Kiçik və orta biznes sahəsində qəbul olunan qərarlara görə yüksək məsuliyyətlik səviyyəsi həm də eyni zamanda kiçik və orta sahibkarlığın rəqabətqabiliyyətliliyinin dördüncü amili hesab oluna bilər[4].

Beləliklə, kiçik və orta biznesin dayanıqlı inkişafını təmin etmək üçün:

- Sahibkarların maliyyə imkanları genişləndirilməlidir. Yəni bu sektorda çalışan sahibkarlar maliyyə resurslarına çıxışı təkcə dövlət yox, özəl qurumlar hesabına da əldə edə bilməlidirlər. Sahibkarlar əsasən kommertiya bankları hesabına güzəştli kreditlərdən yararlanma bilməlidirlər.
- Kommertiya banklarının real sektora dəstəyini təmin etmək üçün dövlət tərəfindən kiçik və orta sahibkarlığı dəstəkləyən banklar stimullaşdırılmalıdır. Yəni real sektora daha çox vəsait ayıran banklara müəyyən güzəştlər edilə bilər.
- Bu sahəyə yalnız maliyyə dəstəyi ilə yox, xüsusi proqramlarla da dəstək vermək mümkündür. Məsələn, kiçik və orta biznes sahəsində gender balansı dəstəklənməlidir. Dünya ölkələrindəki bu təcrübə ölkəmizə gətirilə bilər. Məsələn, xanımların rəhbəri olduğu kiçik və orta biznes müəssisələri vergi güzəştləri ilə stimullaşdırıla bilər.
- İxrac imkanları olan kiçik və orta sahibkarlara ixrac həcminə uyğun subsidiyalar verilə bilər. Belə ki, müəssisə nə qədər çox məhsul ixrac edirsə, ölkəyə bir o qədər çox valyuta daxil olmasına imkan yaradır. Bu səbəbdən ixrac qabiliyyəti yüksək olan kiçik və orta sahibkarlar stimullaşdırılmalıdır.
- Ölkədə “Rəqabət Məcəlləsi”nin qəbul edilməsi prosesi sürətləndirilməlidir. Bu halda azad rəqabət mühiti yaranar ki, bu da öz növbəsində kiçik və orta biznesin inkişafında çox böyük rol oynayar.

ƏDƏBİYYAT

1. Niftullayev Vaqif. Sahibkarlığın əsasları. “Zaman” nəşriyyatı, Bakı, 2002. s. 305.
2. Башарина С.М. Учебное пособие по дисциплине “Экономика малого и среднего предпринимательства” / С.М.Башарина, Н.В.Моргунова, Н.М.Филимонова; Владим. гос. ун-т. – Владимир: Изд-во Владим. гос. ун-та, 2009. – 116 с.
3. Кузнецова Е.А. Влияние развития малого и среднего предпринимательства на развитие конкуренции//Молодой ученый.-2012.-№2.-С.-126-128.-URL <https://moluch.ru/archive/37/4199/> (дата обращения: 13.02.2020).
4. İlk xəbər onlayn ictimai-siyasi qəzeti. <https://ilkxeber.org/kicik-sahibkarliq-bazar-rqabatinin-inkisaf-amili-kimi/>.
5. Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi. www.stat.gov.az
6. <https://banker.az/mikro-kicik-orta-sahibkarlar-ucun-yeni-mexanizm/>

*Айгюн Алим кызы Гаджиева,
старший преподаватель Азербайджанского
Государственного Аграрного Университета,
E-mail: aygun-gadjieva@mail.ru*

*Мехрибан Хидаят кызы Гасанова,
Старший преподаватель Азербайджанского
Государственного Аграрного Университета
E-mail: mehribanks@mail.ru;*

*Валида Иса кызы Салиева,
Старший преподаватель Азербайджанского
Государственного Аграрного Университета,
E-mail: vsaliyeva@bk.ru*

Малое и среднее предпринимательство - как фактор развития рыночной конкуренции

Резюме

Методология исследования - целью статьи является показать необходимость повышения роли и веса малого и среднего предпринимательства в экономике страны, обеспечения устойчивого экономического роста и государственной поддержки этой отрасли. Для достижения этой цели разъяснены стратегия развития малого и среднего предпринимательства и исследованы факторы обуславливающие необходимость участия государства в инновационных процессах.

Значимость исследования - использованы методы системного и комплексного подхода к рассматриваемой проблеме, а также сравнительного анализа, обобщения и оценки различных аспектов регулирования последствий развития малого и среднего предпринимательства.

Результатом исследования - полученные результаты могут быть использованы при решении теоретических и практических проблем, связанных с регулированием стратегий развития малого и среднего предпринимательства.

Оригинальность и научная новизна исследования - в анализируемой статье получила свое место информация о значимости развития малого и среднего предпринимательства в Азербайджане и о факторе конкуренции в его развитии. Показано, что государственная поддержка, оказываемая этой отрасли в последние годы, способствовала положительным результатам в развитии предпринимательства.

Ключевые слова: *рыночная экономика, малое и среднее предпринимательство, конкурентная среда, конкурентоспособность, фактор.*

Aygun Alim Hajiyeva
senior teacher of Azerbaijan State Agrarian University
E-mail: aygun-gadjieva@mail.ru

Mehriban Hidayat Hasanova
senior teacher of Azerbaijan State Agrarian University
E-mail: mehribanks@mail.r

Valida Isa Saliyeva
senior teacher of Azerbaijan State Agrarian University
E-mail: vsaliyeva@bk.ru

Small and medium business - as a factor in the development of market competition

Summary

The aim of the study - The purpose of the article is to increase the role and weight of small and medium enterprises in the country's economy in a market economy, to ensure sustainable economic growth and to show the need for state support in this area. To achieve this goal, the development strategies of small and medium enterprises were explained and the factors necessitating the state's participation in innovation processes were investigated.

The research methodology - a systematic and comprehensive approach to the problem under study, as well as methods for comparative analysis, generalization and assessment of various aspects of the regulation of the impact of small and medium enterprise development.

The significance of the study - the obtained results can be used to solve theoretical and practical problems related to the regulation of development strategies of small and medium enterprises.

The result of the study include the development of proposals and recommendations for optimizing the regulation of small and medium enterprise development, taking into account global challenges and the current level of development of the country.

Originality and scientific novelty of research - The article we analyzed contains information about the importance of the development of small and medium enterprises in Azerbaijan and the competitive factor in its development. In recent years, state support in this area has shown that there are many positive results in the development of entrepreneurship

Key words: *market economy, small and medium business, competitive environment, competitiveness, factor.*